中脉集团管理手册

目　录

前言……………………………………………………………………3

第一章　　企业文化

第一节　企业简介…………………………………………………4
第二节　企业文化…………………………………………………9
第三节　中脉服务礼仪 ………………………………………13

第二章　　人力资源组织结构及岗位职责

第一节　人力资源组织结构图 ………………………………17
第二节　人力资源总纲 ………………………………………17
第三节　公司训导与人力资源部服务承诺 …………………21

第三章　　员工招聘

第一节　招聘工作 ……………………………………………22
第二节　标准化面试流程 ……………………………………23
录 1　中脉科技集团郑州公司面试签到表 ……………57
第三节　面试问话提纲 ………………………………………25

第四章　　员工培训

第一节　培训工作 ……………………………………………28
附录 2　培训班运作流程 ……………………………………58
第二节　培训须知………………………………………………29
附录 3　新员工培训课程表 …………………………………59

附录 4　培训师职位描述书 ……………………………………………………60
附录 5　班主任职位描述书 ……………………………………………………61
第三节　会议管理制度与员工成长……………………………………………………29
附录 6　销售五步流程——《蓝皮书》 ………………………………………62

第五章　　员工管理

第一节　人事手续办理……………………………………………………………………33
第二节　关于新员工办理入职手续的规定………………………………………………33
附录 7　求职登记表 ……………………………………………………………70
附录 8　聘用协议 ………………………………………………………………72
附录 9　经济担保书 ……………………………………………………………73
附录 10　试用期员工考核表…………………………………………………………74
附录 11 中脉公司新员工报到通知 …………………………………………………75
附录 12 员工转正申请表…… ………………………………………………………76
附录 13 辞职、辞退审批表 …………………………………………………………77
附录 14 调动审批表 …………………………………………………………………78
第三节　绩效考核工作 ………………………………………………………………34
附录 15 员工晋升报批表 ……………………………………………………………79
附录 16 人力资源部员工考核表 ……………………………………………………79
附录 17 分公司人事干部月度考核表 ………………………………………………79
附录 18 分公司服务营销部主管考核表 ……………………………………………79
附录 19 员工违纪处罚通知单 ………………………………………………………79
第四节　员工福利保险 ………………………………………………………………53
附录 20 员工参保审报表 ……………………………………………………………79

前　言

一、公司在人力资源管理方面致力于达成以下目标：

1．构筑先进合理的人力资源管理体系，体现“以人为本”的理念，在使用中培养和开发员工，使员工与企业共同成长。

2．保持公司内部各企业在人事制度和程序的统一性和一致性。保持人力资源系统的专业水平和道德标准。

3．保证各项人事规章制度符合国家和地方的有关规定。

二、为达到上述目标，公司人力资源部编制本手册，以此规范和指导有关人力资源方面的政策和程序。

三、公司人力资源部是负责制订及实施有关人力资源政策和程序的部门。

四、本手册将根据实践的发展不断充实和修订。人力资源部热忱欢迎员工和各分支机构提出修改意见。

第一章　企业文化

第一节　企业简介

中脉集团前身是江苏省纺织厅下属企业-----天宝药业有限公司。1993 年成立生产工厂，1994 年 6 月双歧天宝健胃理脾口服液上市。1994 年 8 月公司总裁王尤山受朱镕基总理亲切接见。

1997 年公司体制改革后成立南京中脉科技发展有限公司

1997 年 10 月第一个中脉品牌----中脉烟克诞生

1997 年 12 月中脉烟克开始在江苏拓展市场

1998 年 4 月中脉烟克首次取得中国吸烟与健康协会特别推荐称号

1998 年 7 月中脉烟克在全国建立销售体系

1999 年总裁王尤山任中国吸烟与健康协会常务理事兼控烟保健品专业委员会主任委员

2000 年 6 月中脉烟克总销量突破 100 万盒，为全国百万烟民成功克服烟瘾，并且打入美国市场

2000 年 8 月公司总裁王尤山和副总裁肖俊方受国家有关部委的推荐出席于美国芝加哥举行的第十一界世界烟草和健康大会

1997 年 12 月中脉远红镇痛内衣、护具研制成功

1998 年中脉远红火爆全国，“穿衣镇痛”概念深入人心

2000 年 5 月公司隆重推出安睡系统，“向睡眠要健康”成为人们关注的焦点话题

2000 年 10 月中脉公司年总销售额超过亿元，中脉远红金卡用户突破百万,中脉产品获得良好口碑

2001 年 7 月中脉医疗器械成功面市

中脉科技集团（公司）是 2000 年 4 月正式成立的一家集科研、生产、营销为一体的民营高科技企业。集团（公司）在董事局主席、首席执行官王尤山的带领下，以科技为先导，品质为根本，服务为纽带，倡导“共享健康，分享快乐”的经营理念，在中国健康产业领域迅速崛起，取得了骄人业绩。

集团（公司）一直致力于在全国建立完善而稳定的市场网络。目前，中脉营销网络已经遍及全国除西藏、海南以外的所有省份，在全国设有 30 个省级子公司、200 多个地区办事处、1600 多个县级分销商、3000 多家中脉专卖店；从中央到省、地、市有 300 多家广播电台，开辟了“中脉”产品服务热线节目；有 1200 多名家庭式医生、1600 多名售后服务专员、11000 多名营销服务活动专员活跃在全国营销一线，为广大消费者提供“亲和、亲近、亲情”般的人性化服务。

2003 年度，对于中脉来讲是不同寻常的一年，是中脉事业发展取得显著成就的一年，

也是广大中脉员工迎难而上，顽强拼搏，奋力开拓创新的一年。去年我们实现销售收入 12 亿元，第一次跨越了 10 亿的门槛，可以说是中脉发展史上关键的一年。集团已经从一次创业的利益共存与原始积累阶段进入到了二次创业的竞争与变革创新阶段，已经从单一的业务发展阶段跨入到了多元化业务组合、追求规模经济和企业价值最大化的崭新发展阶段，集团已经步入了发展的快车道，成为全国健康产业的领袖企业之一。可以从以下几方面来看：

企业的核心竞争力得到较大增强。一是销售业绩成倍翻番。2003 年度实现销售额较 2002 年度的 4.5 亿增长了 167%，比 2001 年的 1.5 亿增长了 700%，比 2000 年的 0.8 亿元销售额增长了 1400%；二是市场网络快速拓展.中脉营销网络已经遍及全国除西藏、海南以外的所有省份，现有 29 家子公司，216 家地市级分公司，1700 多家专卖店，从中央到省、地、市有 300 多家电台广播；有 1600 多名医学专家和家庭医生、2000 多名售后服务专员、11000 多名服务营销专员活跃在营销一线，为广大消费者提供“亲和、亲近、亲情”的人性化服务。三是科技新品大量储备。纳米微囊及其功能纺织品、C 型肉毒梭杆菌生物药品等两个品种被评为国家级高新技术产品，通络仪拿到准字号生产许可证并获两项专利证书，磁疗仪、智能治疗仪、痛可贴已经拿到试生产许可证。此外，华脉活性水生成器、天康宁升白胶囊、多酞蛋白粉等都已陆续投向市场。四是品牌建设成就显著。中脉作为“用心的家庭健康专家”的形象开始在广大中老年用户心中确立，初步奠定了中脉在保健品行业的领袖地位，品牌知名度和美誉度以前所未有的速度得以提升。五是人力资源喜见增长。现在中脉员工团队中有享有国务院特殊津贴的高级专家、江苏省“333 工程”人才，医药、功能性纺织品等到方面的专家以及学有所长的博士、博士后。目前 1.5 万多名员工中 90%以上具有中专以上文化，各个层面的干部储备量也较往年有较大增长，子公司以上干部、分公司经理比 02 年度增加了一倍多。

企业对国家的贡献创历年最高。被国家税务总局评为 2002 年度全国民营企业纳税 50 强第 31 名。集团 2003 年度纳税 1.6 亿元，有望进入全国民营企业纳税前 5 强。

企业获得的社会荣誉纷至沓来。2003 年拿到了江苏省和南京市名牌产品称号，所有产品都通过 ISO：9000：2000 认证；中脉被南京市国税、地税局评为最高信用等级 A 级；被江苏省工商联选为直属分会副会长单位；被中国保健协会选为副理事长单位；被江苏省委、省人民政府评为优秀民营企业。

集团（公司）目前正在进行产业、组织、人才、品牌、产品、贡献等六大管理升级，成立集团董事局，下设六个产业（品）事业部，分别是功能纺织品产业事业部、蜂制品产品事业部、医疗器械产业事业部、健康食品产业事业部、环保建材产品事业部、医药产业事业部，由董事局下设的四个委员会，即人力资源委员会、发展战略委员会、财务审监委员会、品牌管理委员会对它们进行协调管理。

除中脉品牌以外，华脉、天脉、地脉、金脉等四个品牌也正在创建中，届时将形成“中华天地金”五业并举的同心多元化发展格局。预计 2008 年，集团（公司）当年实现：销售

收入 100 亿元人民币、纳税 10 亿元、实现利润 10 亿元、固定资产投资 16 亿元、安排 3 万个就业岗位，客户数据库 1000 万个。

国际分销网络

在迅速占领国内市场的同时，集团（公司）阔步挺进国际市场，在香港、东南亚、欧美等国家和地区设立了分支机构及办事处，产品远销美国、加拿大、韩国、日本、泰国以及香港、台湾等地区。

中脉科技（集团）下属子公司

xx 有限公司　南京天脉贸易有限公司
石家庄市中脉贸易有限公司　北京中脉天宝商贸有限公司
上海中脉营销有限公司　武汉中脉营销有限公司
成都中脉营销有限责任公司　天津市津悦中脉商贸有限公司
长沙中脉贸易有限公司　杭州中脉贸易有限公司
沈阳中脉贸易有限公司　济南金中脉科技发展有限公司
广东中脉科技发展有限公司　福州中脉科技有限公司
南昌中脉贸易有限公司　西安中脉贸易有限公司
太原市中脉贸易有限公司　兰州中脉科技营销有限公司
合肥中脉贸易有限公司　长春中脉营销有限公司
哈尔滨中脉营销有限公司　昆明天脉贸易有限公司
西宁中脉营销有限公司　重庆天脉营销有限公司
贵州中脉营销有限公司　中脉科技（香港）有限公司
南宁今日中脉科技发展有限公司　乌鲁木齐中脉贸易有限公司
吉林省华脉商贸有限公司

科研合作

集团（公司）在开展自主研发的基础上，先后与北京大学、清华大学、中国科技大学、浙江大学、东南大学、东华大学（原中国纺织大学）等国内著名院校展开合作，建立起包括 6 个研究所在内的中脉研究院，从事研究的专家中既有享有国务院特殊津贴人员、江苏省 333 工程培养对象，又有留学归国人员和博士、硕士学位获得者，并正在申请建立博士后工作站。集团雄厚的科研能力为其产品提供了不竭的开发动力，并保证了中脉产品的卓越品质和市场竞争力。

生产能力

集团（公司）在中国南京设有一个大型的现代化生产基地，下设功能服装分厂、功能寝具分厂、健康食品分厂、器械分厂和产品储运中心。中脉的所有产品就从这里源源不断地运送到国内外各个市场。集团（公司）先后引进了 20 多条现代化的生产流水线，既提高了生产效率，又确保了产品的高质量。

2003 年初，总面积达 200000 ㎡ 的生产基地正式投入运营。20xx 年 5 月，占地 1000000 ㎡的中脉高新技术园区已在筹划建设中。

20xx 年集团荣誉

零点调查：

中脉在戒烟、蜂类、保健内衣、睡眠系统四类产品中排名第一

近期，中国专业调查公司零点调查发布了最新的《中国保健品牌调查报告》。报告显示：中脉蜂灵、中脉烟克、中脉远红保健内衣、中脉远红睡眠系统在同类产品中均处于领先地位，且优势明显。

蜂类产品：中脉蜂灵认知度高达 79.5%

调查报告显示，在蜂类产品中，认知度排名第二的是老山（蜂产品），为 22.9%。同时，中脉蜂灵在蜂类产品中的美誉度也位居第一，为 52.8%。处于第二位的知蜂堂美誉度为 24.5%。中科蜂产品在认知度、美誉度中均处于第三位。

戒烟产品：中脉烟克一枝独秀

在受访者中，有 45.2%第一提及了中脉烟克，表明中脉烟克的认知度接近半成，比处于第二位的戒烟穴宝贴（8。5%）高出 36。7 个百分点。

中脉远红内衣占据保健内衣产品类中认知度、美誉度两项第一

报告显示，在保健内衣产品中，中脉远红内衣以 65.5%的认知度、46.7%的美誉度遥遥领先于同类产品，分别比位于认知度、美誉度第二的小护士远红内衣高出 32、9%和 25、0%。

健康睡眠系统产品：中脉远红健康睡眠系统位居首位

报告显示：中脉远红健康睡眠系统美誉度达 48.1%，比处于美誉度第二的小护士远红健康睡疗系统高出近 25 个百分点。天年健康睡疗系统美誉度为 7.5%。

在认知度排名中，中脉远红健康睡眠系统以 48.1%再居第一，小护士远红健康睡疗系统以 37.0%排名第二。



诺贝尔经济学奖得主蒙代尔教授亲自为中脉集团颁奖

6 月 28 日，“20xx 世界品牌大会暨《中国 500 最具价值品牌》发布会”在北京国际饭店国际厅隆重举行，中脉科技集团副总裁兼首席营销官肖俊方先生应邀出席并接受了由著名经济学家罗.蒙代尔教授(Robert A. Mundell)颁发的“中国 500 最具价值品牌”奖杯和证书。

本次发布会由世界品牌实验室(World Brand Lab)和世界经济论坛共同举办，除 1999 年诺贝尔经济学奖得主，被誉为“欧元之父”的蒙代尔教授出席会议并作题为“中国经济与

世界经济”的精彩演讲外，来自斯坦福大学、北京大学、清华大学的多位专家、学者也发表了各自对品牌的精解。

本次《中国500最具价值品牌》是继《世界最具影响力的100个品牌》之后的又一个重量级品牌报告，也是第一次由世界顶尖品牌研究机构对中国品牌进行的全面科学的评估。从2003年年初，世界品牌实验室就已开始了数据信息的收集整理工作。为了保证数据的准确性、可靠性和可获得性，统计数据分别来自企业自报、市场调查、相关部门提供的参考资料等等。最后确定的候选企业为1257家，分别来自于中国500强企业、行业协会所推荐的龙头企业和国家认定的知名品牌。评选的全部程序公开，所有评选的资料长期存档备查，以此体现评选的透明性。专家集体确定的评选权重，任何人不得更改。对于评选的测算结果，任何人均无权更改，以此保证评选的公正性。

入选“中国500最具价值品牌”的中脉科技集团是最近几年涌现出来的新兴民营企业，也是本次500强中的最年轻的企业。公司自2000年正式成立以来，在健康产业领域取得骄人业绩，2003年销售额近12个亿。其品牌价值不断攀升，品牌知名度和美誉度占据同类产品龙头位置，据零点调研公司20xx年5月在北京、上海等七大城市的调查，中脉蜂灵、中脉远红内衣、中脉睡疗系统等产品的知名度和美誉度都在同类产品中位居第一，并且遥遥领先。

本次与“中脉”品牌一同入选“中国500最具价值品牌”的还有“海尔”、“CCTV”、“联想”、“中国移动”、“华为”等重量级企业。

国家科技部喜报：中脉集团及产品被认定为国家级高新技术企业和产品

http://www.joymain.cn 集团新闻　　20xx年7月2日

20xx年5月，中脉集团（公司）被国家科技部认定为国家高新技术企业，中脉纳米微囊及其功能纺织品被国家科技部认定为国家级高新技术产品，这是我们中脉创建以来得到的最高的荣誉奖项。这接二连三的好消息传来，使得广大中脉员工对集团发展的光辉前景充满信心。据悉，此前中脉纳米微囊及其功能纺织品、集团（公司）已被江苏省科技厅评为江苏省高新技术产品、江苏省高新技术企业。

中脉集团为真正成为“用心的家庭健康专家”，成为中国健康产业的领袖企业之一，矢志不渝地推进科技升级的步伐，确立了“吸纳世界科技”的战略，瞄准“中国第一，世界先进”的技术水平，不断加大科技投入和外协合作研究力度，成立了中脉研究院（下设六大研究所），吸纳了一大批包含享有国务院特殊津贴的高级专家，江苏省“333工程 ”人才，医药、功能纺织品等方面的专家以及学有所长的博士在内的研究群体，形成了在功能纺织品、医疗器械、健康食品等领域的群体技术优势，先后投入了5000万元进行老品升级和新品研发，开发成功了一大批技术水平高、符合市场需求的新产品。目前集团的科技新品大量储备，被动型远红产品将全面推出，主动型相关功能纺织品已经通过国家相关部门审定，通络仪质量基本过关并拿到准字号生产许可证，磁疗仪进入临床阶段并拿到试生产许可证，智能治疗

仪已经拿到生产许可证。此外，华脉活性水疗机、天康宁降脂康、再生人胶囊、多酞蛋白粉、康尔胶囊、聪尔初乳素等都将陆续投向市场，还将进军生物医药领域。这标志着中脉已经形成以健康产业为主导的多元化的发展格局，真正进入了一个跨越发展期。

南京中脉科技发展有限公司被评为江苏省优秀民营企业、南京市先进私营企业



http://www.joymain.cn 集团新闻　　20xx 年 5 月 27 日

3 月 5 日，南京市政府发布了《市政府关于表彰 2003 年度发展私营个体经济先进单位、先进私营企业和先进个体工商户的决定》（宁政发〔20xx〕58 号），其中南京中脉科技发展有限公司被评为“先进私营企业”。

3 月 18 日，新华日报报道，江苏省委、省政府为表彰先进，激发全民创业热情，引导民营企业上水平上规模，培养更多的优秀民营企业家，推动民营经济快速健康发展，特授予 100 家企业“江苏省优秀民营企业”光荣称号，并予以表彰，南京中脉科技发展有限公司赫然在列。

20xx 年 10 月中脉远红保健内衣和床上用品双双被国家质检总局授予“国家免检产品”称号。

20xx 年 11 月集团董事局主席兼首席执行官王尤山先生被授予第十六届联合国国际科学与和平周“和平使者”称号，中脉科技集团获得“国际科学与和平周最高荣誉奖”。

20xx 年 12 月集团董事局主席兼首席执行官王尤山先生荣获由凤凰卫视、新浪网、英才杂志社、扬子晚报等中国管理宣传主流媒体联盟推选的“中国管理 100 人”称号。

第二节　企业文化

伙伴文化概述

“伙伴文化”是中脉企业文化，由王尤山总裁提出并在集团（公司）广为实践，为中脉快速发展提供了正确的思想指导和强大的精神动力。

“伙伴文化”基本理念蕴含四个方面：

中脉与顾客——共享健康，分享快乐；

中脉与员工——共享利益，共存共荣；

中脉与政府——共享文明，良性互动；

中脉与社会——共享资源，和谐发展。

伙伴文化的完整性还表现在“和谐性、责任观和人本观”上。一是和谐观，它着眼于管理和谐、关系和谐与发展和谐，改善企业成长的生态环境，讲求企业与顾客、员工、政府和社会全面建立和升华价值关系，与其结成利益共同体，和谐存在，一荣俱荣，而不是重此轻彼、或是顾此失彼，在经营管理中重视各个要素的和谐配置和协调统一。二是责任观。它强化社会责任，企业责任和个人责任。它是以企业特有的方式对顾客、员工、政府和社会全面尽责，注重企业伦理道德，为顾客送去健康、为员工带来利益、为国家创造财富、为社会增进福祉。三是人本观。它提倡尊重人性，尊重人权与尊重人才，我们的人本对象是员工，顾客和社会公众组成的大群体，需要全面重视员工、顾客和社会公众的本位价值。以上四个方面的伙伴关系不可偏颇，不可或缺，少了任何一个方面都是不完整的。伙伴文化的人本对象是员工、顾客和社会公众组成的大群体，是大人本观念。我们要对顾客恪尽子女对父母般的责任，营造真正意义上的中脉健康大家庭；对员工恪尽兄弟姐妹般的责任，营造和睦亲切的中脉快乐大家庭；要对企业恪尽家园建设一般的责任，营造做大做强做优的中脉幸福大家庭。

伙伴文化是集团（公司）培育创新力、提升管理素质和管理品质的哲学；是优化企业经营生态、推动企业持续发展的理念；是凝聚人心、凝聚团队的思想；是促进中脉可持续发展的一项重要战略。

中脉与顾客：共享健康，分享快乐

1、靠诚信树立顾客口碑；

2、靠服务加深顾客亲情（服务方针：以顾客满意为准则，顾客永远是对的，服务只有更好，没有最好，服务无止境）；

3、靠质量维系顾客网络（质量方针：科技创新，质量领先，全员控制，顾客满意）；

4、靠科技赢得顾客美誉；

5、靠维权解决顾客之忧。

中脉伙伴文化的核心对象是两个人———员工和顾客。在大区、子公司总经理的竞岗大会上，我们形成了“关心两个人，提升三个品”的共识。公司致力于在全国建立“两张网”：一张是稳定性强、美誉度高的服务网络，目前，直接进入中脉科技客户数据库的人数就超过300万；另一张是功能健全的“顾客维权网。

中脉与员工：共享利益，共存共荣

形象定位：用心的家庭健康专家。

经营理念：共享健康，分享快乐。

发展战略：吸纳世界科技，构建伙伴文化，创立领袖品牌，实施百亿战略。

成长战略：做强优先，因势谋大。

企业使命：为顾客送去健康，为员工带来利益，为国家创造财富，为社会增进福祉。

经营特色：多元产品，网络经营，整合优势，品牌营销。

人才准则：德、才、行兼备。

用人方针：文凭服从水平，资历服从能力，晋升服从业绩。

人才培养方式：以师带徒，轮岗锻炼，反复培训，竞争上岗。

团队价值观：热情、奉献、智能、绩效。

员工品德：爱祖国、爱社会、爱中脉、爱同事、爱家庭；遵纪守法、积极进取、团结互助、勤奋向上。

在民主管理上维护员工伙伴的地位、权益。一是从组织上保证民主管理到位，充分体现职工的参与地位；二是从制度上保证民主管理落实，充分体现职工的参与权利；三是从渠道上保证民主管理畅通，稳步推进信息的有限公开。

在薪酬政策上维护员工伙伴的地位、权益。中脉集团有一套优秀的企业管理制度，其中之一就是高效的分配激励制度。我们所推行的薪酬政策的方针是奉献者定会得到合理回报。

（1）战略导向原则。中脉集团将薪酬作为实现其发展战略，突破人力资源瓶颈的重要杠杆。那些对其事业发展有重要价值的核心或战略员工，集团将为他们设定相对较高的薪酬。集团将为特别优秀员工设立薪酬水平与其相对工作价值相适应的“薪酬特区”。

（2）公平原则。中脉集团尽可能依每位员工对其贡献大小，公平、公正地确定他们的薪酬，而不论其性别、年龄、加入集团先后等方面差异；集团将极为关注竞争性企业的薪酬“行情”，使每位员工的薪酬与竞争性企业具有可比性。

（3）平衡原则。中脉集团完整的薪酬体系有三个组成部分：基本薪酬、提成薪酬、持股计划薪酬。集团将力求薪酬体系三大子系统的平衡。

（4）透明原则。中脉集团将努力使每位员工清晰、前瞻性地了解自己薪酬的攀升前景。

（5）补偿原则。中脉集团将通过薪酬的相应调整，以应对员工在工作责任、劳动强度等方面的差异。

在职业生涯上维护员工伙伴的地位、权益。一是要建立畅通良好的职业轨迹，建立与员工发展指向相匹配培训机制，采取以师带徒、轮岗锻炼、反复培训、竞争上岗等多种形式，督促指导员工的生涯发展；二是继续提供竞聘平台，建立职业生涯反馈制度，督促指导员工的生涯发展；三是加强晋升管理，充分体现选择任用的公平性，以岗位的标准选拔人，以岗位的标准教育人，培养支撑中脉未来发展的后备队伍。集团在员工职业生涯发展这个问题上的立场是一贯的，不管文作凭高低，不论资历高低，我们始终认为“文凭服从水平，资历服从能力，晋升服从业绩”。

在学习培训上维护员工伙伴的地位、权益。

在福利待遇上维护员工伙伴的地位、权益。中脉集团历来都将员工的福利放在重要位置，充分保障员工的合法权益，同时也彰显了中脉伙伴型文化中公司与员工之间共享利益、共存共荣的和谐关系。中脉集团福利体系主要包括以下内容：社会保险、意外伤害险、员工重病基金 、员工体检、员工集体婚礼、开办员工食堂、安排集体宿舍、创办书吧和网吧、重大节日对员工进行慰问、优秀员工国内外旅游或度假、各类培训交流、配置工作用车、节假日家访等。

1、普及性福利：社会保险、意外伤害险、员工重病基金等。

2、共享性福利：员工体检、员工集体婚礼、开办员工食堂、安排集体宿舍、创办书吧和网吧、重大节日对员工进行慰问等。

3、激励性福利：主要奖励员工和为中脉做出突出贡献的管理干部，享受的福利项目有优秀员工国内外旅游或度假、各类培训交流、配置工作用车、节假日家访等。

在精神文化生活上维护员工伙伴的地位、权益。对待员工应该是充满“人性”企业，集团宜推行“人文化管理”，而非“人情化管理”，开展各种激励活动，组织员工旅游，员工聚餐、优育运动，丰富员工的业余生活。提倡“多锻炼、多读书、多怡情、多交流”，不断丰富“一报、一刊、一网“的栏目和内涵。

通过以上两方面伙伴文化的推行，我们要致立于建立两个家园：**顾客的健康家园，员工的关爱家园。**

中脉秉承“取诸社会、用诸社会”的优良传统，先后组织、参加了“CCTV 夕阳红健康老人电视大赛”、“中华环保世纪行”等多项公益活动，展示了中脉的良好形象。至今，中脉科技集团已为300多名残疾人提供了就业机会，帮助他们实现人生理想，并多次组织员工捐款，帮助身患绝症和生活困难的员工、教师和学生等弱势群体摆脱困境。这些都充分体现了中脉“共享健康，分享快乐”的企业理念。

中脉科技集团爱心捐赠献西部

近日，中脉科技集团向西部贫困地区奉献爱心，捐赠保健内衣1000多件，价值人民币10多万元。据悉，此次面向西部贫困地区的捐赠活动是由南京市总工会组织的，中脉科技集团总部工会得知这一消息后，积极响应号召，立刻组织捐赠。这是中脉科技集团支持公益事业的又一举措。

给南京市老年干部赠阅党报

从今年元月1日起，我市250位离退休老干部每天都欣喜地收到了一份当天的《南京日报》。

举办年度优秀员工表彰大会及新年晚会

中脉新年联谊会暨优秀员工表彰大会20xx年12月25日上午在南京丁山香格里拉大酒店隆重举行。集团总裁王尤山、副总裁肖俊方等总部领导及各事业部、子公司总经理等出席了大会。来自集团总部、生产基地与事业部、子公司的数百名员工及其家属参加了联谊会。

联谊会在欢腾的狮舞表演中热烈开场。集团总裁王尤山首先发表了热情洋溢的新年祝辞。王总在祝辞中回顾了04年中脉取得的成绩并对05年中脉的发展作了展望。王总特别向为中脉发展作出贡献的员工及其家属表示了感谢。

中脉“爱心潮”涌向东南亚



（图为中脉科技集团江苏子公司副总庄世国（右）代表公司向灾区捐款，左为南京红十字会罗培根部长）

【现代快报报道】 一首首永恒的“爱的奉献”，一行行深情的爱心签名，一波波真心的捐款队伍……昨天，南京中脉科技集团联合南京市红十字会，在南京汉中门广场隆重举行向东南亚灾区捐款献爱心活动，当中脉科技集团江苏子公司的行政员工在总经理张祖斌先生的带领下排队捐款的时候，现场立即被这种“跨越国界，关爱永恒”的精神感动，顿时掌声雷动。

作为一家国际健康产业的实力企业，中脉科技集团一直胸怀天下，在挺进国际市场的同时不忘积极投身公益活动。从东南亚地区发生百年不遇的灾难开始，中脉科技集团就很关注，他们主动联合南京市红十字会，向邻国灾区奉献爱心。昨天，在南京汉中门广场，中脉科技集团江苏子公司副总庄世国先生代表公司捐赠了数千元现金，中脉科技集团江苏子公司总经理张祖斌先生则带领数十名行政员工列队，分别捧出了个人捐款。中脉科技集团为这场爱心活动共捐出了近 1 万元现金和数万元的实物。在感人气氛的带领下，现场朋友纷纷把钱投进红十字捐款箱，一个个把自己的名字签在爱心条幅上，都在默默祝福灾区人民能早日重建家园。当一名拄着双拐的残疾人颤巍巍把 50 元钱塞进捐款箱的时候，现场再一次响起掌声。

代表南京市红十字会接受捐款的罗培根部长表示：“中脉科技集团是一家有社会责任感的企业，南京市民是一群具有国际博爱精神的人。我代表南京市红十字会和远在他方的灾区对此表示深深的谢意，并且保证把这笔饱蘸爱心的捐款送到灾区人民手中！”（通讯员 金舟）

第三节　中脉服务礼仪

一、礼仪的概念和本质

礼仪是人们在社会交往活动中应共同遵守的行为规范和准则。中国素以文明古国、礼仪之邦著称，礼仪是社会文化和文明的标志，也是人际交往的准则，是人们在长期的生活实践中约定俗成的一种行为规范。礼之原意，本谓敬神，现引伸为敬意的通称。既可指为了表示

敬意而隆重举行的仪式，也可泛指社交中的礼仪。广义上讲礼指一个时代的典章制度，我国最早的有关礼的记载有《周礼》、《仪礼》、《礼记》就是西周、春秋时代的政治、经济及社会生活的制度和规范。狭义上讲，礼指人们的行为规范、规矩。

（一）礼建立在一定的社会经济物质文化生活水平基础上，“仓禀实而知礼节，衣食足而知荣辱”。

（二）礼仪属于道德的范畴，行为心表、言为心声，礼仪如果不以社会公德为基础，以个人的文化素质、品格修养为基础，而只在形式上下工夫，势必事与愿违，假文明、假斯文，东施效颦的笑话是屡见不鲜的。

（三）礼仪还属于文化，是构成社会精神文明的基本要素，《管子》中有一句话“礼仪廉耻，国之四维”，把礼仪列为立国四精神要素之首。

礼仪的本质是对他人表示敬意，为什么要把服务和礼仪相结合？服务礼仪指的是通过一系列的服务规范，对服务人员的言谈举止、服饰容貌进行统一要求，树立良好的企业形象，从而提高企业的经济效益。

服务理念——客户是我们真正的朋友，是让我们赚钱的人；

不是我们的冤家对头，而是我们的衣食父母。

礼仪是社会人际关系中，用以沟通思想、交流情感、表达心意、促进了解的一种形式，是人际关系交往中不可缺少的润滑剂和联系纽带。讲究礼仪不仅能树立组织的良好形象，表面出对对方的尊重，而且有助于加强人与人之间的尊重、友好的合作关系，使双方的情感得以沟通、紧张状况得到缓解，从而有助于事业的发展和成功。

二、服务礼仪应遵循的原则

（一） 尊重相助原则（个人道德情操的表现）

（二） 理解宽容原则（个人涵养的体现）

（三） 真诚友善原则（与客户交往的前提）

（四） 热情有度原则（处理关系的态度）

（五） 恪守信用原则（诚信的具体表现）

三、仪表礼仪（OFFICE 先生和 OFFICE 小姐标准）

坚持着装 TPO 原则：T 指 TIME，P 指 PLACE，O 指 OBJECT

德国商人总是衣冠楚楚，法国商人着装也很讲究，很注意外表，在服装和化妆上花很多钱，而且还喜欢评论别人的衣着和举止。在美国，商界人士对服饰很讲究，特别是大公司的工作人员，下班后可能穿各种便装和牛仔裤，但工作时都西装革履，要想得到晋升就不要穿牛仔裤和便装上班。

IF YOU DRESS WELL，YOU WILL LOOK WELL

IF YOU LOOK WELL， YOU WILL ACT WELL

IF YOU ACT WELL ， YOU ARE WELL

（一）男士

1、头发：短发，清洁、整齐，不染发

2、胡须：经常刮胡须

3、面部：清洁，精神饱满，面带微笑

4、西装：西装平整清洁，上衣应长过臀部，袖子刚过腕部，衬衫衣领稍露出外衣领，袖口稍长出外衣袖（两露白）。除西装上衣左口袋可放置装饰性手帕外，所有外衣口袋包括裤子的后口袋都不宜放任何东西，皮夹、钢笔均放入外衣内侧口袋里。

5、运动鞋或布鞋不与西装搭配，正式场合穿系带皮鞋，皮鞋以深色为主。

6、衬衣以白色或浅色为主，无污渍，领带贴领口系，颜色与衬衣相协调。

7、袜子穿深色，忌穿黑皮鞋配白袜子。

8、指甲：经常修剪，保持清洁，不留长指甲。

（二）女士

1、发型：梳理整齐，长发应用发卡束好，不宜散发，不染发。

2、面部：化淡妆，涂浅色口红，面带微笑，不宜不化妆或浓妆艳抹，不使用有浓烈气味的化妆品。

3、着装：上班时着职业套装，有领有袖，大方得体，裙子长度以在膝盖上方一寸为宜。晚宴场合应穿晚礼服，不穿休闲装出席。服饰并非奇、贵为好，重要的是要与身份、体形、年龄、气质、气候、所处场合相协调，做到整洁大方，和谐得体，洒脱有致。

4、袜子：以肤色为主，袜子口不能露在裙子外面，以肤色为主，不能有脱丝或破洞。

5、鞋子：正式场合不穿凉鞋，不露出脚趾。

6、指甲：不宜过长，经常修剪，保持清洁，涂透明色指甲油。

7、色彩搭配：黑、色、灰是色彩中的安全色，最易与其它色搭配。

8、首饰：配戴首饰不超过 3 件，装饰品不应叮当做响。

9、香水：不使用劣质香水或有浓烈、怪异气味的香水。

四、举止礼仪（示范）

（一）站姿：抬头、挺胸、收腹目视前方；双肩要平，双臂自然下垂；两腿并拢、直立，脚尖成 V 字型分开，身体重心在两脚之间；也可两脚分开，比肩略窄；也可呈稍息的站姿，重心放在一只脚上。忌左顾右盼、两肩不平，东倒西歪，两手扠腰。

（二）坐姿：入座要轻，坐满椅子的三分之二。身体稍向前倾，（表示尊重和谦虚），女士坐姿要端正，双手合拢放于小腹和大腿处。

1、男士双膝自然并拢，或者两膝分开但不能超过肩宽。

2、女士有以下几种坐姿：

两膝盖和两脚后跟并拢，两脚尖呈 V 字型分开；

两侧斜摆坐姿，适应于矮坐位，双膝和两脚并拢，双腿同时往左斜摆或往右斜摆；

重叠交叉坐姿，两条腿在同一直线上，上面的腿向回收，脚尖向下压。

开关型坐姿，女士双膝并紧，两小腿前后分开，两脚在一条直线上，（男士可采取前后分开，也可左右分开）。

（三）蹲姿：一脚在前，一脚在后，前脚全着地，小腿基本上垂直于地面，后脚脚跟提起，脚掌着地，蹲姿应稳。

（四）走姿：以立姿为基础，昂着挺胸，双眼目视前方，要表现出自己的气质，饱满的精神状态；避免背、腰、膝等部位弯曲；行走时，双肩平稳，禁身体左右摇摆，两臂自然摆动，幅度以 30 度为佳。

禁忌：方向不定，左顾右盼，八字步。

五、电话礼仪（电话邀约技巧）

（一）接到电话：听到铃声快接电话；先要问好，再报名称；姿态正确，微笑说话；语调稍高，吐字清晰；听话认真，礼貌应答；通话简练，等候要短；礼告结束，后挂轻放。

（二）打出电话：

1、准备通话内容　　5W2H（WHO、WHEN、WHAT、WHERE、WHY、HOW、HOWMUCH）；

2、确定通话方向：号码和人；

3、礼貌对话，通话简练；

4、礼告结束，说告别用语，等对方先挂机后再挂断电话，挂机要轻。

（三）处理不满电话的技巧：1、先稳定自己的情绪，耐心聆听，少插话，平服对方情绪，听到恶语不急躁，真诚致歉；2、解决问题，主动表示出解决问题的态度，及时应对，提出办法，愉快结束通话。

六、社交礼仪

（一）自我介绍程序：1、先向对方点头示意；2、待对方回应后介绍自己的姓名和单位；3、递上事先准备好的名片。

（二）为他人做介绍程序：1、将身份高者介绍给身份低者；2、将年长者介绍给年轻者；3、将主人介绍给来宾；4、将女士介绍给男士；5、将在场者介绍给后来者。

（三）握手：站立对正，上身稍向前，左手垂下，伸出右手，齐腰高度，四指并齐，握住掌心，凝视对方，面带微笑，握手时间在 3-5 秒钟为宜，用力适中（用力过度则产生用心不良的感觉，有气无力易产生不诚恳的感觉）。应摘去手套，和多人握手时不要交叉，按顺序逐一相握，摆动幅度不宜过大。和女士握手只是象征性的，不宜用力过大或时间过长。

握手顺序：

1、上下级之间，上伸下握；

2、长幼之间，长伸幼握；

3、男女之间，女伸男握。

（四）递名片：

1、接受名片，右手接，左手稍相扶，然后看读（对方的姓名、职称）确认对方单位、姓名后放入名片册或妥善保存。

2、 出示名片，正面对着对方，右手出示，先递给职位高的人，然后依次向下递，同时介绍自己的名字及工作（以此加深印象）。

七、肢体语言

（一）眼神：眼睛是心灵的窗户，眼神是面部表情的核心，它不会隐瞒，更不会说谎，目光接触是交往中常见的沟通方式，眼神不同，含义无穷。应真诚、坦然、亲切、有神，目光视线落在对方双肩或头顶所构成的区域内，不应躲闪或紧盯对方眼睛。

（二）微笑：微笑是真正的世界性的语言，能超越文化而传播，成为世界通用的货币。交往中的微笑是对人的尊重、理解和奉献，成为增进友谊的纽带，它如润滑剂，可以化解一切。微笑一下并不费力，却可以产生无穷的魅力，受惠者成为富有，施予者并不会变穷。学习《世界上最伟大的推销员》中的一篇《我要笑遍世界》。

（三）修饰避人：

1、不在他人面前整理衣服，如解开衣扣，穿脱衣服，打领带，提裤子，整理内衣，拉提长统丝袜，脱鞋弄鞋垫。

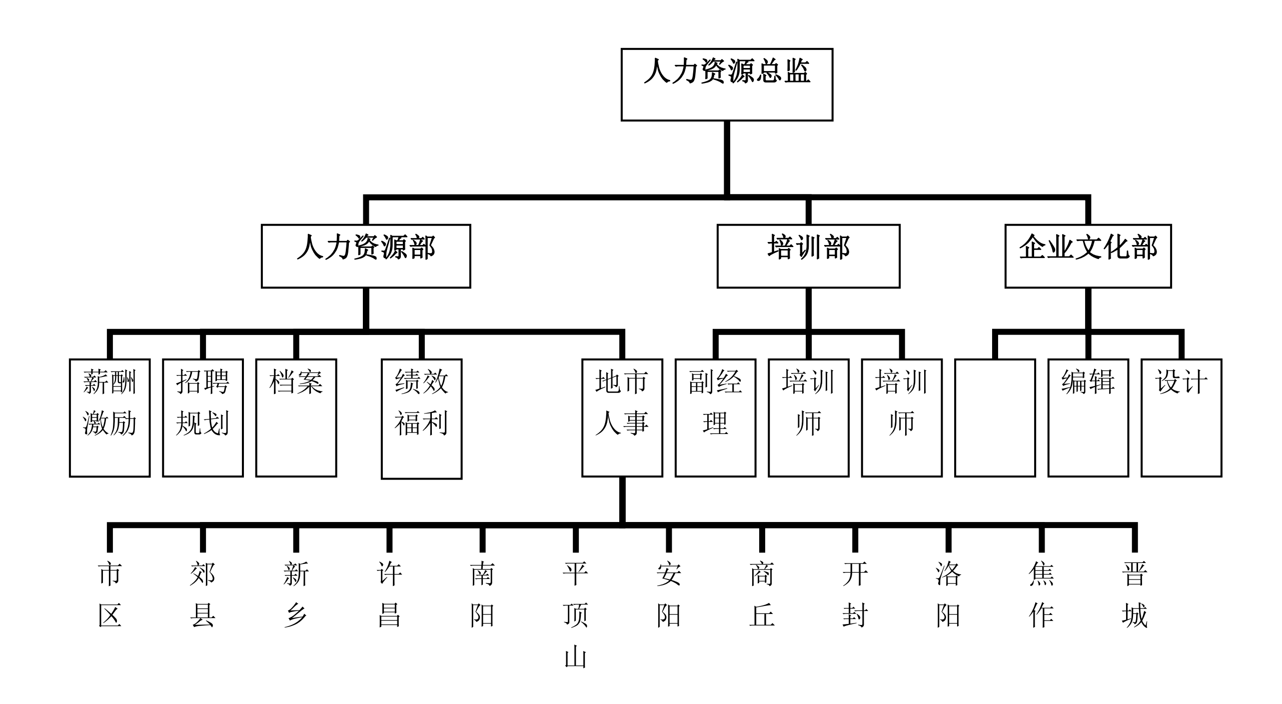
2、不在他人面前化妆打扮。

3、不在他人面前做小动作，如抠鼻孔，挖耳朵，搔痒痒，剔牙齿等。

4、不在他人面前做小动作，如在打喷嚏、捏鼻涕、打哈欠、咳嗽时，用纸巾捂住口鼻，面向旁边，并说声“对不起”。

第二章　人力资源组织结构及岗位职责

第一节　人力资源中心组织架构图



第二节　人力资源总纲

新经济时代：人力资源是第一资源

人力资源是蕴藏在人类机体中知识和技能在形成与作用过程中能力资本化的结果，经济起飞时代，人力资源绝对是经济增长的主体力量。21 世纪是知识经济时代，是全球经济一体化的时代，是高新技术时代，是竞争的时代，人力资源是知识经济时代的第一资源，人力资源还是企业生存和发展的必备资源，猎取稀缺的第一资源是企业发展的当务之急。

人力资源中心在公司所起的作用至关重要，它的工作贯穿企业生产经营管理的始终。为公司永续健康的发展提供指导性的方针，为公司发展补充生力军，为员工的合理配置和提升提供依据，人力资源中心还肩负着对员工进行业绩考核和工资核算及企业文化建设的重任。

xx 有限公司人力资源中心岗位设置及各岗位主要工作职责如下：

人力资源部的工作职责：

一、核心职能：

作为公司人力资源的管理部门，选拔、配置、开发、考核和培养公司所需的各类人才，制订并实施各项薪酬福利政策及员工职业生涯计划，调动员工积极性，激发员工潜能，对公司持续长久发展负责。

二、工作职责：

1　　制度建设与管理

A 制订公司中长期人才战略规划；

B 制订公司人事管理制度，总分公司人事管理权限与工作流程，组织、协调、监督制度和流程的落实。

C 核定公司年度人员需求计划、确定各机构年度人员编制计划；

D 定期进行市场薪酬水平调研，提供决策参考依据；

E 指导、协助员工做好职业生涯规划。

2　　机构管理

A 配合相关部门，做好分支机构选点调研、人才储备、筹备设立等方面工作；

B 公司系统各级机构的设置、合并、更名、撤销等管理；

C 制订公司机构、部门和人员岗位职责；

D 公司及分支机构高级管理人员的考察、聘任、考核、交流与解聘管理；

E 监督、检查与指导分支机构人事部工作。

3　　人事管理

A　　员工招聘、入职、考核、调动、离职管理。

B　　公司后备干部的选拔、考察、建档及培养；

C　　公司干部和员工的人事档案、劳动合同管理；

D　　协助组织各专业序列技术职务的考试与评聘；

E　　提供各类人力资源数据分统计及析；

F 管理并组织实施公司员工的业绩考核工作。

4　　薪酬福利管理

A　　制订并监控公司系统薪酬成本的预算；

B　　核定、发放总公司员工工资，核定分支机构领导班子成员及人事、财务人员的工资；

C　　制订公司员工福利政策并管理和实施。

5　　培训发展管理

A　　公司年度培训计划的制订与实施；

B　　监督、指导总公司各部门及各分支机构的教育培训工作；

C　　管理公司员工因公出国培训、学历教育和继续教育；

D　　制订公司年度教育培训经费的预算并进行管理和使用；

E　　开发培训的人力资源和培训课程。

6　　其他工作

A　　制订公司员工手册；

B　　定期进行员工满意度调查，开发沟通渠道；

C　　协调有关政府部门、保险监管机关及业内单位关系；

D　联系高校、咨询机构，收集汇总并提供最新人力资源管理信息；

E　公司人事管理信息系统建设与维护；

三、人力资源总监：

（一）　根据公司策略，规划人力资源部门的工作执行方案及执行进度，并主导实施；

（二）　负责人力资源行政管理制度，执行办法的制定与审核；

（三）　检查、督导公司各项人力资源制度的执行与各项工作的进展情况并采取必要的对策；

（四）　核查人力资源部员工的工作情况；

（五）　依照各部门增员要求，组织招聘、

（六）　主持企业薪资审核以及配置管理；

（七）　为各部门提供人力资源的良好服务，以协助提高各部门专业工作

（八）　了解并掌握员工的思想状况；

（九）　人员调动、晋升及离职的处理；

（十）　培训工作规划。

四、　人力资源规划：

（一）　对公司人事制度进行规划与修订；

（二）　对公司的员工考核、激励机制进行规划与修订；

（三）　对人力资源的补充进行规划；

（四）　对新员工的岗前培训和分岗进行统筹规划；

（五）　相应资料的收集、整理及存档；

（六）　承办部门的临时事项。

五、招聘工作：

（一）　根据公司人力需求计划招聘新员工：

（二）　通过面试和考核为公司选拔优秀的人才；

（三）　对新员工进行分岗和后续跟踪；

（四）　与人才市场、各人才网站、各院校保持良好关系；

六、培训工作：

（一）多层培训体系的建立、运作和指导

层级复制系统 70%

专业培训系统 30%

推出菜单式培训

（二）协助营销中心建立、推广营销战术体系

（三）协助营销中心打造榜样分公司

（四）对公司的企业文化建设提出合理化建议，营造良好的企业文化氛围，增强员工凝

聚力。

（五）其它需要培训部协助的其它工作，如会议主持和制度建设。

七、档案管理与绩效考核工作：

（一） 办理人事手续并核查其真实性；

（二） 检查地区人事手续办理情况；

（三） 人事档案的保管；

（四） 部门发文和外部门来文的保管和组织传阅、学习。

（五） 制定各部门主管及员工的考核办法；

（六） 实施考核工作并就考核结果提出合理化建议；

（七） 薪资制度的拟定与完善；

（八） 员工工资的核算与奖金和处罚的落实。

八、地市人事工作：

核心工作

1、提升员工凝聚力

没有方向就没有凝聚力

2、解决新员工的技能问题

3、解决老员工的激情部题

（一）地市办公室各项工作的开展与落实；

（二）推进企业价值和企业文化建设的发展，确保员工工作绩效最大化和工作流程良性运行；

（三）建立和维护当地招聘渠道，制订人员需求分析、招聘计划及向上级汇报，及时招聘所需人员；

（四）各项培训工作的上报和实施及培训效果分析；

（五）员工岗位的优化配置及工作激励、团队建设等；

（六）日常人事考勤管理、绩效考核，员工晋升、评估与推荐，以及员工薪酬讲解、工资核算、奖金福利的申请办理等；

（七）当地人事档案的办理、收集、健全及汇交，人员动态资料的统计分析等。

九、市区和郊县人事工作：

（一）市区和郊县人员档案的收集整理；

（二）市区和郊县人员变动情况报告；

（三）市区和郊县人员考勤管理、绩效考核工作、工资核算等；

（四）协助日常招聘和培训工作。

十、企业文化部工作

（一）构建信息文化传播体系

1、总部信息

2、子公司信息

3、分公司信息

（二）树立四个榜样

员工　　主管　　经理　　分公司

（三）倡导两个文化

1、员工关爱文化　　2、顾客健康文化

（四）其它

（一）内刊的制作发放；

（二）每周板报的制作、推广；

（三）《健康家园》的制作、发放；

（四）信息平台的维护；

（五）公司信息的收集与交流；

第三节　公司训导与人力资源部服务承诺

一、公司训导

忠于职守　　高效创新　　言行规范　　热情周到

团结协作　　坦诚相待　　胸怀大志　　勇争第一

二、人力资源部服务承诺：

☺ 坚持以热情、诚恳的态度为员工服务；

☺ 对遇到的问题不推诿，严格推行公司的首接负责制；

☺ 对员工提出的问题耐心解答；

☺ 对员工的合理化要求及时办理；

☺ 对员工的合理化建议即时记录，并向领导汇报；

☺ 遇到不能及时处理的问题，在向领导请示后，应在二日内做出答复；

☺ 对部门提出的增员计划，应在一月内完成；

☺ 对部门反映的问题，应在二日内做出答复；

☺ 在服务中，坚持使用文明用语。

第三章　员工招聘

第一节　招聘工作

一、招聘目标

1．通过系统化的招聘管理保证公司招聘工作的质量，为公司选拔出合格、优秀的人才。

2．招聘流程规定人员需求的申请、招聘渠道的评估、面试程序及录用程序，以保证招聘工作满足公司需要并有效控制成本。

二、招聘原则

1．公司招聘录用员工按照“公开、平等、竞争、择优”的原则。对公司内符合招聘职位要求及表现卓越的合适员工，将优先给予选拔、晋升。其次再考虑面向社会公开招聘。

2．所有应聘者机会均等。不因应聘者的性别、民族、宗教信仰和推荐人不同而给予不同的考虑。

三 、招聘者应具备的条件：

1、必须具备良好的个人品格和修养，为人正直、公正。

2、应具备大专以上学历和相关的专业知识，知识组合不应有缺口。

3、了解组织状况及职位要求，这样才能给公司选出真正需要的人才。

4、面对各类应聘者，能熟练运用各种面试技巧，控制面试的进程。

5、能公正、客观地评价应聘者，不受应聘者的外表、性格或背景等各项主观感受的影响，因此要求招聘者有良好的自我认识能力。

6、要求招聘者掌握相关的人员测评技术，能对录用与否做出果断的决定。

四、招聘者的岗位职责

1．根据公司各部门的人力需求状况，以多种方式招聘合适的人员到岗，并为公司储备丰富的人力资源；

2．对新进员工的培训和分岗进行跟踪，掌握所招聘人员是否真正适合所应聘的工作岗位，同时知晓这些员工的去向，这也是在推行公司的首接责任制；

3．新进员工人事手续的办理，及时将人事档案转交给档案室保管；

4．与人才市场、人才网站、各高等院校保持良好的合作伙伴关系，既方便了招聘工作又节约了成本，同时又为公司的伙伴型企业文化建设做出应有的贡献；

5．招聘时担负起企业形象宣传的作用，将我们的企业文化、企业理念和产品介绍给更多的人知道。

五、 细化工作流程

（一）招聘渠道和方式的选择

1．内部招聘

对于部门出现岗位空缺，可以从组织内部进行选择补充，这样做有利于鼓舞员工士气，提高其工作热情，可以更深层次地发掘现有员工的潜力，最大限度地调动其工作积极性，是激励员工的一种很好的方法； 对选聘对象事先就有比较全面的了解，可以保证选聘工作

的正确性； 被聘者了解组织情况，上任后便可迅速展开工作，缩短人员与企业的磨合期，降低培训成本。

2．对外发布招聘信息

（1）针对常规性低端人才的招聘。可根据事先拟定的招聘计划到人才交流中心现场进行招聘，招聘成本相对较低。 （2）针对高端人才。采用通过传统媒体和互联网发布招聘信息，在传媒上发布招聘信息虽然费用较高，但一方面传媒的辐射能力和影响力都比人才市场强，对人才的选择空间相对较大；另一方面，也可以借此展示企业的竞争实力，对人才有相当的吸引力，所以能在更大程度上提高招聘成功率。 （3）针对专业性很强的高层次技术型人才。采用一些特殊手段，如以高薪、良好的工作环境等较有竞争力的条件主动出击，招贤揽士。 （4）职工引荐。职工引荐省时、省钱并能取得较好的效果。通过这种方法招聘的人员比用其他方法招聘的人员跳槽率更低，可根据实际情况灵活掌握。

（二）招聘程序

1．拟定招聘计划，每月的28号前将各部门的人力需求状况统计完结，制定下月的招聘方案（岗位设置，任职资格，招聘地点，方式，时间）。

2．联系人才市场，办理招聘手续。

3．资料准备：

（1）企业简介：公司的发展历史和取得的成就、荣誉以及公司企业文化建设； （2）产品简介：各种产品的彩页宣传资料； （3）企业的各种资格证书（营业执照等）。

4．实施招聘（人才市场）：

（1）写好招聘文稿，包括本次拟招聘的岗位、人数，相关岗位的性质、要求，应聘者应具备的条件、薪酬待遇等信息，而且还应有企业简介（包括企业成立时间，规模，主要经营项目、品种等），一方面吸引更多的潜在应聘者，另一方面也向公众展示企业的内在魅力。

（2）应聘者填写应聘表格，招聘者进行初步面试，判断他是否适合工作。应了解应聘人的背景资料； 征询应聘人的教育程度和有关工作经验；是否具有专业特长及本人爱好，个人性格特征。

5．对应聘人员资料进行筛选，通知优秀的人选进行复试和专业知识考核。设计面试评价量表：内容包括应聘者姓名、性别、年龄、应聘职位、评价要素（包括个人修养能力、求职动机、语言表达能力、应变能力、社交能力、自我认识能力、性格特征、进取精神、健康状况、相关专业知识具备能力等）以及评价等级（通常可以设计为差、较差、一般、较好、好五个等级）。

6．联系相应部门经理面试。

7．总结面试结果，确定合适的人员上岗。

8．总结当日招聘工作，通知面试合格人员参加培训，对于备用人员建立储备人才库存储信息，对面试未到人员进行跟踪，安排面试。

第二节　标准化面试流程

一、人才市场初试

1．在人才市场初试时考核重点放在外表形象、礼仪素质、亲和力、语言表达和沟通能力、工作经验这几项上。其它项目在复试时了解。

2．判断标准及面试问话

① 着装正式、穿职业装、适当修饰自己的人方能胜任人事、办公室、数据库、财务的岗位，其它岗位对着装可放宽。（望）

② 有良好礼仪素质及修养的人言行举止是彬彬有礼的，才能适合公司的工作。（闻）

③ 语言表达和沟通能力可通过简单提问来了解，问题有：（问）

A、你觉得你要应聘的工作有哪些工作内容？

B、你以前从事过什么相关的工作，有哪些经验和体会？

C、自己有什么相关的岗位技能？

3．通知初试合格人员到公司参加复试

①在人才市场发现有特别优秀不须再次面试的人可直接通知到公司培训，不能当时决定是否要录用的应聘者，通知到公司参加复试。

②注意通知面试时间要合理，可分时间段来安排面试。

③发给应聘者面试通知。

二、公司复试

1、在下午面试前要做好以下准备工作：

① 将面试表格分类放置在前台;

② 有需其它部门复核的岗位,和部门负责人做好沟通;

③ 安排好面试官和面试地点;

④ 准备好《面试签到表》和《面试人员考核表》、《应聘登记表》。

2． 面试人员到公司后先在前台签到，由前台引导至人事部面试。

面试官做好接待，人分散时直接在人力资源部面试。来人集中时可安排集体面试，由面试人员一一上台发言，三位主考官负责打分考核，一个人在门口负责签到和点名。三位主考官面试第一轮结束后将不合格人员淘汰，留下人员进行第二轮专业化的面试。

3.面试重点放在应聘者工作技能、心态、性格、和个人特质优势等方面。使用不同岗位的面试问话提纲和测试题，并把面试结果填写在《面试人员考核表》中。

4.将面试合格人员的资料妥善保管，当日工作结束后交给培训部保留。

三、其它部门终试

1．需其它部门主管复核的岗位，在人事部复试通过后由其它部门主管进行终试，将面

试者材料交给该主管。

2.其它部门主管面试时也要使用具体的考核标准，面试结束后将面试结果反馈到人事部，并将求职材料退还给人事部。两位面试者协商该应聘者是否录用。

四、工作总结

1．当日面试工作结束后，写招聘总结，并将人数进行统计。

2．通知合格人员参加培训，将参加培训的名单和资料报给培训部。

附录1　中脉科技集团郑州公司面试签到表

第四节　面试问话提纲

1、　面试项目：举止仪表

评价要点：体格外貌，穿着打扮，举止行为，礼节风度，精神面貌，文化修养。

方法要点：目测

有关研究表明：仪表端庄，衣着整洁，举止稳重的人，一般做事有规律，注意自我约束、责任心较强。

2、　面试项目：应变能力和反应能力

评价要点：头脑的机敏程度，突发事件或意外事件的应急处理能力，对主试人提出的问题是否迅速准确地理解，并尽快做出合理、准确的回答。

提问要点：案例 1：你有个朋友生病了，你带了礼物去看他，正好碰上你的最尊敬的老师，他认为你是来看他的，因此他接下礼物连连致谢，这时你如何向你的老师说明你是来看你的朋友的，而又不伤老师的面子？

案例 2：李老师不苟言笑，平时神情严肃，没有人不怕他。一天，你正和同学议论他，谈完一转身发现李老师就站在你的身边，对此你怎么办？

请你谈蚊子和老虎的共同之处，越多越好？

3、　面试项目：分析判断能力

评价要点：对主试人所提问题是否能够通过分析、判断、抓住事物本质，说理透彻、分析全面、条理清晰、逻辑性强、是否能将自己的思想观点、意见，用语言通顺、畅达、清楚、明白地表达出来，口齿是否伶俐，音调、音量、节奏是否正确？

提问要点：你认为怎样适应从学校到社会的转变？

你认为成功的关键是什么？怎样才能做好本职工作？

你认为自己适应做什么样的工作？为什么？

案例 1：吸烟有害健康，但烟草业对国家税收的贡献很大，对政府采取措施禁烟，各方面有不同的看法，你对此如何看待？

4、 面试项目：事业心、进取心、自信心

评价要点：奋斗目标、理想抱负及为之努力的程度，对现状的满意程度，工作的积极性、主动性、创造性，对工作是否严格要求等。通过这些方面的了解被试人的事业心和进取心。自信心的判断主要靠回答内容，主要依据：（1）目光：被试人目光是否敢于正视主试人，目光是否平视、坦然。（2）姿势是否有小动作或不自然的举动，坐立不安。（3）语言表达是否声音低、弱、语调平淡、情绪化，表达不流利。

提问要点：你在工作中追求什么？你个人有什么抱负和理想？准备怎样实现自己的理想？你对现状满意吗？ 为什么？

如果遇到有个别同事应付工作、混日子的现象，你怎样看待？

你的职业发展计划是什么？如何去实现这个计划？

你认为这次面试你能通过吗？

你对自己的工作有什么要求？

领导交给你一个很重要但有很艰难的工作，你怎样去处理？

你认为成功的决定因素是什么？

5、 面试项目：组织协调能力、人际关系与适应性

评价要点：考察被试人是否乐于、善于与人交往，参加社交活动的频率和社交范围，人际关系处理艺术，有无人缘，对新环境、新工作的适应性等。

提问要点：你在学校担任过什么学生会或团委学生服务工作？

你喜欢去做一种与陌生人打会谈的工作吗？

在聚会和集体活动中，你一般会扮演什么角色？

你经常和同学、朋友聚会吗？你常常发起这样的聚会吗？

你喜欢和哪些人交朋友？

你习惯与陌生人交谈吗？是否只习惯和关系很密切的人相处？

从一个熟悉的环境转入陌生的环境，您是否感到不适应？你能很快适应吗？

如果让你去接待一个满腹怒气的投诉客户，你应该怎么做？

如果因为领导误解，而批评了你，你怎么处理？

6、 面试项目： 计划力、组织能力、思考力

评价要点：考察被试人是否具有组织能力，是否理性、诚实，做事情是否细致、有计划。

提问要点：我相信你应该明白诚实是沟通的基础这个道理，所以，我希望我们的谈话能建立在诚实的基础上。

1、“计划没有变化快”这是我们最常说的一句话，那么你觉得在行动之前制定计划有实际意义吗？为什么？

2、当遇到和你的观点不一致甚至截然相反的观点时，你通常会怎么做？

3、你觉得耐心和热情哪个更重要？你是一个更有耐心的人还是一个更有热情的人？

4、你觉得克制力和冲劲哪个更重要？你是一个更有克制力的人还是一个更有耐心的人？你是感性的人还是理性的人？

5、你习惯在临睡前思考明天要做的事吗？能跟我谈谈你是怎么思考的？

6、你觉得一个管理者应该事无巨细吗？你喜欢做细致的工作吗？

7、你是一个比较随和的人吗？

8、你觉得有必要做工作日记吗？理由是什么？你通常做工作日记都记些什么？

9、假设你是一个部门的经理，当领导交给你一项任务时，通常你首先会做些什么事？

10、你是喜欢领导别人，还是喜欢被别人领导？你是怎么在领导别人？或做一个被领导者应该怎样跟领导配合？

11、你对自己所拥有的权力敏感吗？

12、你是因为什么而做事？你觉得一个人的工作绩效与什么有关系？

13、你喜欢让别人做事吗？

14、你会不会哄着别人替你做事？

15、你觉得员工知道自己工作的表现是不是很重要？你觉得应该怎样做才能使员工了解自己的工作表现？

综合提问要点：你所要求的工作条件和待遇大致是什么？如果相差太大，你怎么办？

你喜欢什么样的领导和同事？

对你来说，赚钱和一份令人满意的工作哪一项更重要？

你认为在一个理想的工作单位里，个人事业的成败由什么决定的？

你觉得在为人处事的根本是什么？

语言表达能力，不单独设题，把握被试人对上述问题的回答情况。看其语言准确性、逻辑性，语言的描述能力、说明力、感染力。

第四章　员工培训

第一节　培训工作

1、培训需求的调查和培训计划的制定

2、培训师在每月２８号前收集各地培训需求，结合当月招聘计划制定培训计划。

培训体系的建立（培训的类型）

（1）新员工入职培训；

（2）对在职工展开针对性的培训，如对营销人员和后勤人员的培训；

（3）对中层管理者的培训，包括对其智力能力、管理能力、人际交往能力和自我控制能力等方面的培训；

（4）对晋升主管人员的培训；

（5）兼职讲师的培训；

（6）特殊针对性的培训，如对价值观、团队精神、服务意识的培训。

3、培训方式

（1）集体培训，包括讲课、集体讨论、案例分析、角色扮演、户外培训；

（2）个体培训，指员工可以利用工作之余进行自我充电，或向主管、老员工请教，互相学习交流经验；

4、培训经费预算，包括场地费、食宿费、培训教材费、人员工资及外聘讲师或兼职讲师工资、交通差旅费。

5、培训准备工作，掌握参加培训人数、安排和布置场地、使用教具、物品、讲师安排、考试卷、培训结果反馈表。

6、培训的开展

（1）新员工的培训

①前台签到②开课③考核及培训结果反馈④办理人事手续及分岗

（2）在职员工培训

①签到②培训课程③培训总结及结果反馈④经验交流

（3）户外培训

①场地和设施准备到位②训练开始③结果反馈及总结

7、培训效果总结及上报项目

（1）每次培训结束后做好工作总结，为下次培训提供借鉴；

（2）每月进行培训需求调查和安排下月计划；

（3）给总部上报培训资料，接受总部考核。

附录 2　培训班运作流程

第二节 培训须知

1、以饱满的精神状态参加培训；

2、维护中脉人良好的职业形象，培训期间必须佩带好学员证，上课时间着职业装按指定的位置就座；

3、严格遵守作息时间，请勿迟到早退，无特殊事情一律不允许请假，若请假超过半天、

旷课达到半天或迟到三次者一律退训，病假凭市级以上医院病历和发票销假；

4、上课认真听讲，积极参与，作好笔记，禁止随意走动，禁止接听电话、BB机、手机打到消音档或关闭；

5、积极参与各项集体活动，服从指挥；

6、爱护公物，爱护教学设备，维护职场卫生，不要在桌面乱写乱画，不要随意吐痰，不要乱扔口香糖、烟头和杂物，公共场所禁止吸烟；

8、保持环境整洁，水杯等物品放到指定的位置，上课时请勿喝水，桌面上禁止摆放与培训无关的杂物，离开时请将椅子归位；

9、学员就餐时，须按指定位置就餐，统一开饭，统一退场，听口令就餐。

10、学员须按指定时间、指定床位就寝，指定时间起床，不允许随便出入异性房间。

11、若违反以上培训规定中任意一项，视情节给予扣分处理，累计扣分超过6分者将给予退训处理。

12、如有事随时与班主任联系。

xx有限公司

人力资源部

附录3　新员工培训课程表

附录4　培训师职位描述书

附录5　班主任职位描述书

第三节　会议管理制度与员工成长

一、会议目的

“人力资源是第一资源”，这是管理者、全社会对人才的一种全新认识、全新定位、全新诠释。人力资源工作与以往的人事工作相比，其工作内容、工作方式、工作重点也随之以生了相应的变化，正如营销一样，新一代的营销会将售后服务提前，做售前服务，人力资源工作重心也从事后管理转向事前的前瞻性管理。我们已更多认识到人才是一种资源，谁拥有了一种优秀的资源，谁就在竞争中占据了主动，谁就在竞争中取得成功，想取得成功就必须学会培养人才建立优势资源。森林做为一种资源可以培养，人才作为一种资源同样也可以培养。基于这种思想，我们公司围绕人格培养、培训，围绕员工激励、员工沟通、公司管理开展了一系列会议，形成了规范化、系统化的会议制度，我们称之为“五会”。就是高峰论坛会、新浪潮会、财富会议、阳光会议、主管交流会。希望把我们成功的经验与大家分享，也希望大家对我们不足之处给予指正。

二、会议流程

（一）高峰论坛会

在一个销售型的公司里，对员工的激励是一项重要工作。员工需要激励，正如花儿需要雨露、禾苗需要浇水。恰当的激励，能够很好的调整员工的心态，让员工在工作中充满了激情、充满了渴望。我们需要去激励员工，会议是一种很好的平台。普通员工需要激励，销售冠军更需要激励。

北京公司有市区公司、郊区公司两大营销机构，其中市区公司有十四个部门，郊区公司有九个部门，有七个部门开了分部。这些部门中，每月都会产生销售冠军，有时销售冠军一月能销十多万，有的销售冠军一月只能销三万，同样都是销售冠军，但二者间却有着巨大的区别。怎样让弱势部门业绩不高的销售冠军上量并带动部门的发展呢？让业绩高的销售冠军与业绩不高的销售冠军在一起开会，相互交流、学习无疑是一种很好的选择。

有许多的销售冠军在一起交流，这是一个很好的学习机会。应该让更多的员工参与，那些有发展潜力，有培养前途的员工就成了会议的列席代表。这些员工虽不是销售冠军，但参加会议对他也是难得的学习，培训机会更是一种荣誉，一种激励。销售冠军会可不是谁想来就能来的。会议正式定名为“高峰论坛会”，理由有两个：一是销售冠军参加的，所以称为“高峰”，二是会议以演讲为主，所以称之为“论坛”。

（二）新浪潮会

新浪潮会的参会对象是各个营销部进步最快的员工，这些员工虽不是本部门的冠军，但他们大多数人都是朝气蓬勃、充满了生机，给同事给部门带来了活力。他们是部门的希望，是下一届冠军强有力人选，为了更好地调动他们的积极性，推动部门工作的开展，我们召开了“新浪潮会”，之所以称为“新浪潮会”，预示着参会者会成为部门新的冠军。

会议除了正式代表，还有一些特邀代表，列席代表是指一些销售冠军、销售能手、销售技巧的专家，他们会给与会代表作全方位深层次的对话，以提高员工的销售水平，从而实现培训的目的。这么好的学习机会，我们不会白白浪费。我们正组织了各部门有潜力的员工参与会议，以扩大会议的培训功能，达到一个会议培训一批员工；数个会议培养一批员工，实现人才的批量生产。

（三）财富会议

如果说三个月以内的新员工是公司的新鲜血液，那么三个月以上的老员工则是公司的基石，是公司的中坚力量，是公司的宝贵财富。他们占据了员工总数的大部分，他们的销量也占据了公司销量的大部分，称他们是公司的“财富”，恰如其分。

老员工在公司工作时间长，他们对公司有比较深入的了解，他们熟悉公司的产品和市场的操作模式；他们更熟悉公司的管理，他们知道公司管理存在的漏洞，他们也知道如何去弥补这个漏洞。所以，我们把老员工召集在一起，倾听大家的意见，“有则改之，无则加勉”，以促进公司管理工作规范化、合理化、科学化。

员工来公司工作，不仅仅是谋生的需要，更有发展的需要。他们需要锻炼，需要进步，最终取得成功。在财富会上，我们设立了“假如我是主管”的主题让员工上台演讲，一方面锻炼他们的口才与胆量，另一方面为部门主管提供了工作思路。在员工心中，他们有好多总问题想与领导交流，平时没有机会。 在财富会议上，我们设置了“经理答员工问”的主题，让部门经理、分公司领导现场答复员工的提问，做到上下级沟通无障碍，以充分体现“人性化管理”。员工心中的郁闷没有了，干起工作会更欢快，工作效率会更高，我们的销量一定会提高。

（四）阳光会议

新员工刚进入公司不久，他们在经过了一个月的工作后，有了许多感受，有人取得了巨大的成功，要与同一批的学员分享，有人销售业绩不尽人意，需要与别人交流，讨教成功的方法，有人感觉产品知识、医学知识不够扎实，还需培训。所有这些原因，促成了我们召开新员工会议。怎样命名会议呢？想了很多名称，最终取名“阳光会议”喻示新员工是公司的希望所在，充满了生机。在会议上，新员工会有相互的交流，“我的第一个电话”、“我的第一次家访”、“我和第一笔签单”和对公司的认识，如“身在中脉看中脉”，他们会谈论本部门销售冠军，本部门进步最快的员工，找到别人成功的原因，用以指导自己的行动。以会议来带动人才的培养，从而实现批量生产人才，根据情况还会安排有针对性的培训。通过培训，提高新员工的销售水平，让公司更快的得到发展。

（五）主管交流会

一个企业经营成败与其领导人有着直接关系，同样一个部门的销售业绩也与其部门主管有直接关系。管理能力强，其部门工作就会有条不紊。销售业绩也会节节攀升。管理能力弱的主管，其管辖部门业绩增长较慢，有的甚至停滞、下滑，直接影响到公司经营目标的实现。

为了加强主管的能力，提高其管理水平，推动公司业务的全面发展，公司要召开主管交流会。各分公司经理各位主管，各位有培养潜力的员工都会参加会议，在会上既有分公司经理给大家讲授管理学的相关知识，又有优秀主管介绍本部门管理经验及日常管理工作。会议的召开，不仅培训了在职的管理干部，更为公司的后续发展提供了充分的人力资源保证。有管理潜能的员工学到了更多更有成效的管理方法，为他们日后走上管理岗位打下了基础。

三、会后反馈

在第一届高峰论坛会上，我们有一个议程“明星风采”首先由人事部、企划部对本月销售冠军进行采访，然后由各部门销售冠军进行提问。当时，有一个部门销售冠军问总冠军一个问题：你下月的销售目标是多少？谁都想知道总冠军的目标，这样对自己也是一个激励，要努力超过她。冠军很聪明，她知道对方的目的，岂能让对方轻易知晓！总冠军于是说：“我的目标是多少不告诉你，反正要比你多一点点”，总冠军说完，全场都为他鼓掌，大家都哭了，太精彩了！一个月时间过去了，新一届的销售总冠军产生了，上次会议上的提问都成了新一届的总冠军。“高峰会”的激励作用是非常明显的。她不但激励了冠军本人，更激励了

所有的参会者。在这些与会者人员中，有一部分是列席代表，他们虽不是销售冠军，但作为有潜力的员工，他们也参与了会议，在高峰会上，他们学到了有效的营销方法，开阔了眼界，感受了会议的气氛，达到了培训的效果。

在第二届高峰论坛会上，我们号召大家向总冠军进行了提问，其中有个顺义部的销售冠军，他当时与总冠军进行了对话。在第三届高峰论坛会上，就是这个来自郊区的小伙子，一举登上了冠军宝座，打破了前二届总冠军由市区营销都包揽的局面。而且，他的销售业绩突破了十万大关，创下了北京公司员工月度销售额新的记录。

我在去部门作沟通工作时和大家谈起高峰会，一个员工对我说："以前我没机会跟大家交流，只看到了自己与别人的差距。同样是销售冠军，自己的销量比总冠军少了五六万，心里压力挺大的。回来后就拼命干，我想我一定赶上去了。"还有的员工，在参加会议回到部门后，特别兴奋，干起工作来特有劲，他们也想争当冠军。高峰论坛会，在原本平静的员工心中，激起了层层波浪，它表彰了员工、激励了员工、培训了员工，推动了营销工作。

四、会议的后续包装

重视人力资源工作，已不仅仅停留在口头上，更多的是在行动上，高峰论坛会是一个销售冠军云集的会议，冠军们有很多方法，很多技巧，他们需要一个舞台来展示自己，会议定位在论坛上让大家充分地讲，充分地说。销售冠军们平时工作很投入，很辛苦，没有时间去娱乐、去休闲。我们就考虑把会议与休闲结合起来。上午开会，下午组织冠军们去打球或健身。我们经常讲要调整心态，其实方法有很多，不光是开会，做培训也可通过以上活动，这也是一种创新。会议与休闲结合，这就是我们对高峰论坛会的包装。

新浪潮会：是我们培养新一届销售冠军的会议，做销售冠军是需要激情的，我们需要给与会代表更多的激情。在我们的计划中，会议将与旅游和歌舞结合起来，与会代表们在关注团体进步的同时，也将兼顾欣赏湖光山色愉悦心情。

财富会议：集中了公司最大量的老员工，他们是公司的中坚力量，为公司发展做出了巨大的贡献，公司也理应关注他们的生活。有缘在同一月过生日的员工，公司将奉献给他们一场欢乐无比的生日宴会。

阳光会议：新员工将再度相聚在当初的培训场。不过，这次是以茶话会形式出现的交流会，大家在水果、瓜子、香茶的陪伴下，畅谈自己的成长，自己的快乐。

主管交流会：一个管理干部的盛会，虽没有湖光山色、生日祝福、歌声舞蹈，但各位参会代表一定收获颇丰，因为他们有幸聆听专业培训师做精彩演讲。每一个会都有自己的目的，每一个会都有自己的特点，每一个会都有各自的作用，每一个会都有自己的形式，这就是我们对"五会"的包装。

附录 6　销售五步流程——《蓝皮书》

第五章　员工管理

第一节　人事手续办理

一、 入职手续办理

1、 新员工在入职培训结束后，即办理人事手续，包括《求职登记表》、《聘用协议》、《经济担保书》。同时要将个人学历证书原件交到公司统一保管，公司开具有人力资源部签章的《委托保管书》（一式两份），一份公司留存，一份员工自己保留，离职时凭《委托保管书》领取毕业证。

2、 《聘用协议》签署期限为 1 年，《经济担保书》在 14 天内办理完毕交给当地人事干部或主管。

3、 新员工分岗时公司统一开具《报到通知》（一式两份），新员工持《报到通知》和《试用期员工考核表》到所分部门报到。

二、 试用期满后由各部门主管填写《试用期员工考核表》，符合转正条件的员工随《转正申请表》和《个人工作总结》一起交到人力资源部申请转正。

三、 有员工被辞退、主动离职或调动岗位，需要填写《员工辞职、辞退、调动审批表》，各部门负责人和总经理签字后交到人力资源部办理离职或调动手续。离职员工持委托保管书退还毕业证。离职三个月后方可领取保证金。

四、 工作期间要使用毕业证，必须持《委托保管书》来领取，并且在事情处理完毕后立即交到公司，公司再次开具《委托保管书》（一式两份）。

第二节　关于新员工办理入职手续的规定

为了规范新员工入职手续的办理和公司档案管理工作的顺利开展，特制定本规定，各地区主管和人事干部务必遵照执行。

一、　　档案办理流程

1、 应聘者在面试时须携带本人学历证书原件和复印件 1 张、身份证原件和复印件 2 张、一寸照片 1 张，规范填写登记表一份。在面试时除学历证书原件外，其它几项全部收上来。

2、 当日招聘工作结束后招聘负责人将面试通过的人员已交的资料移交给培训部保管。对于备用的人员资料和不合格人员资料由招聘负责人保管，再做处理。

3、 培训第二天上午要求新员工在下午参加培训时将面试时未交齐的资料带过来，下午办手续时统一收。

4、 新员工培训结束后由档案管理人员统一办理人事手续，包括求职登记表、聘用协议、经济担保书和试用期员工考核表。前两份表格收上来后与面试时收上来的资料合并存档，经济担保书由员工保留，令其尽快办理。

5、 当天下午即开始对新员工的真实身份进行电话回访确认。

6、 参加分岗的新员工在上岗之前除经济担保书外其余手续必须齐全，（若无毕业证可提交其余有效资格证件）。当地主管或人事干部必须督促新员工12天内办妥经济担保，有人事的地方交给人事干部，其余地区直接寄到公司人力资源部档案管理人员处。

7、 新员工须携带派遣证和试用期员工考核表到各部门报道，档案管理人员将分下去的新员工人数及档案办理情况报给当地主管或人事干部。十五天后档案管理人员进行档案核查，若有人事手续不全的员工责令立即办理，并记入主管或人事干部考核。

8、 对于尚无毕业证的应届毕业生，可由学校开具学历证明或提交其余有效资格证件。

9、 每月做完人员变动表后，各地区人事干部将上月新增员工的身份证复印件一张交到财务部门办理工资卡。

二、 档案的交接

1、 面试结束后面试负责人将面试通过人员当日所交档案移交给培训部，培训结束后再转交给档案管理人员。

2、 档案管理人员为新员工办理的人事手续统一放在新员工档案袋中，在新员工到岗前将档案明细报给当地主管或人事干部。地区人事干部回公司时再将手续转交给他，并且须双方核对确认。

3、 每月做完人员变动表后，各地区人事应将员工档案交到公司档案管理员处统一保管，并附清单，双方核对确认。

xx有限公司

年 月 日

附录7 求职登记表
附录8 聘用协议
附录9 经济担保书
附录10 试用期员工考核表
附录11 中脉公司新员工报到通知
附录12 员工转正申请表
附录13 辞职、辞退审批表
附录14 调动审批表

第三节 绩效考核工作

一、 什么是绩效考核？要回答什么是绩效考核，首先必须回答什么是绩效。绩效一般包

括两方面的含义：一方面指员工的工作结果，另一方面指影响员工工作结果的行为、表现及素质等。所谓绩效考核，就是根据人事管理的需要，考核员工的工作结果及影响其工作结果的行为、表现和素质特征的活动。

二、 绩效考评的作用

1、 为员工薪酬管理提供依据；

2、 为制定员工晋升、调迁、辞退决策提供依据；

3、 为员工培训提供依据；

4、 为奖惩提供依据；

5、 能帮助和促进员工自我成长；

6、 能改进管理者与员工的工作关系。

三、 考核方式

1、 由直接主管人员进行评价；

2、 由人力资源部组织专人进行绩效考评；

3、 由员工的同事来进行评价；

4、 员工自我评价；

5、 主管接受下级评价，下属以不记名方式对其主管的工作进行考评。

四、 考核内容

（一）工作成绩考核

1、 工作成绩考核从以下四部分入手：

（1） 工作量大小，即工作成绩的数量结果；

（2） 工作效果如何，即工作成绩的质量状况；

（3） 对下属的指导教育作用；

（4） 在本职工作中自我努力改进与提高等。

2、 工作成绩考核的程序

（1） 明确任务目标标准。在每一考评周期的开始，上级与下级就任务目标进行面谈商定，作为当期的成绩评价标准。

（2） 制定任务完成计划。按照确认的任务目标，制定出具体的任务完成计划，从质、量、教育和改善四个方面落实计划目标。

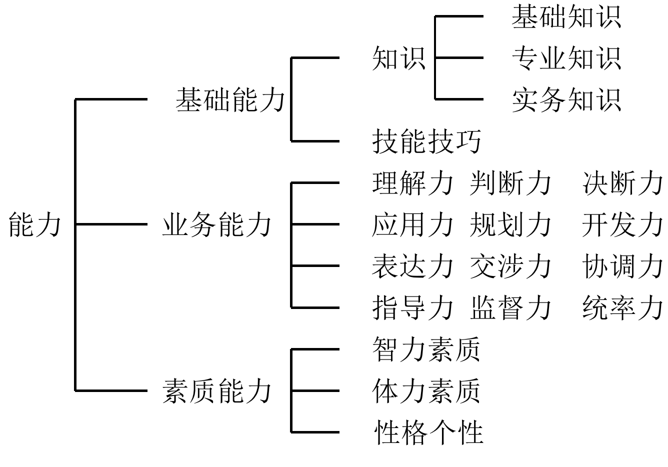
（3） 任务完成计划，从质、量、教育和改善四个方面落实计划目标。

（4） 进行自我评价。

（5） 观察结果的反馈。上级把在工作过程中自己对部下的观察结果通过面谈形式告知部下本人，与部下的自我评价结果相对照，以便对部下进行指导和教育。

（6） 确定成绩考评评语。直接上级根据与部下面试的结果，填写成绩评价表，通过间接上级和人事部门的调整平衡，最终形成成绩考评评语。

（二）能力评价包括三个方面，即基础能力、业务能力和素质能力。其中前两种属于能力评价范围，素质能力主要通过适应性考察来评价。基础能力或技能高低，主要通过书面测试、企业内训练课目的成绩、技术职称或专业资格称号的取得等方面得到了解，评价较为容易。业务能力则较为抽象，评价时可能掺入较多主观性。在工作分配合理，本人职务与能力水平相适应的情况下，工作成绩能够大体上反映本人的业务能力水平。如工作分配不当，根据工作成绩来评价能力时，考评者应充分注意到影响能力发挥的因素，在考评中排除其影响。公司采取分项目评价的方法，将员工的能力分值化进行考评。能力主要包括以下方面：



（三）工作态度评价

工作态度包括工作积极性、热情、责任感、自我开发、纪律性、协调性等较抽象的因素。员工的工作态度只能由直接上级根据平时的观察予以评价。对不同级别的员工，各个考评在评

语中所占的比重不同，级别越高则工作中的自由度越大，对能力的要求也越高；在较低的级别上，定型事务较多，与高级相比更需要的是纪律性、积极性等工作态度因素。

（四）工作潜力和适应性评价

1．潜力测评针对的问题是：员工在现有职位上没有发挥出的能力如何评价，相应的回答是他还能干些什么。潜力测评要解决的问题是该员工适合现在的职务，适应现在的职业工种有关的领域。

2． 适应性评价，看员工是不是适合现在的职务，适应现在的职业工种有关的领域。

五、　　员工绩效考核的基本原则

（一）公开与开放

（二）中肯贴切

（三）反馈与修改

（四）定期化与制度化

（五）可靠性与正确性

（六）可行性与实用性

（七）评价时机与频率掌握

六、　　绩效考评基本方法

（一）目标管理法。这种方法指由主管人员和下属共同讨论和制定，员工在一定时期内需要达到的绩效目标，以及检验目标的标准；经过贯彻执行后，到规定期末，主管人员和下属双方共同对照既定目标依据原订的检验目标的标准，测评下属的实际绩效，制定下一阶段的绩效目标。

（二）评价量表法。公司的评价量表考核标准有分值法、划分等级法，这种方法可实现量化考评，较为客观和全面。

（三）关键事件法。以记录直接影响工作绩效优劣的关键行为为基础的考评方法。日常绩效记录的不但是具体的事件和行为，而是突出的、与工作绩效直接相关的事件和行为。例如，某员工在某日由于疏忽大意违反操作规程，造成多少损失；或者某员工在某日执行的一次任务中，充分发挥积极性和主动性，出色完成了任务，为单位赢得了多少利润，如此具体地记录员工日常的突出事件和行为，为考评活动提供了重要的客观依据。

七、中脉公司的绩效考核

中脉公司的绩效是以部门和分公司为单位，对各个岗位进行绩效管理。绩效考核的方式主要有个人自评，直接上级复评，总部人力资源部进行复评三种。考核的标准主要是数据

量化为标准。考核的对象有分公司总经理，分公司部门经理，分公司人事干部等各岗位。另外，公司建立了完善的服务营销晋升体系与绩效考核。在05年的绩效工作中会将公司全部岗位和部门纳入，健全和完善绩效考核体系。

下面可详见公司的绩效考核制度和各岗位考核标准。

xx有限公司

郑脉人字(20xx)第018号

绩效考核制度

绩效考核（以下简称“考评”）是指用系统的方法、原理，评定、测量员工在职务上的工作行为和工作效果。

一、考评的目的和用途

1、考评的最终目的是改善员工的工作表现，以达到企业的经营目标，并提高员工的满意程度和未来的成就感。

2、考评的结果主要用于工作反馈、报酬管理、职务调整和工作改进。

二、考评的原则

1、一致性：在一段连续时间之内，考评的内容和标准不能有大的变化，至少应保持1年之内考评的方法具有一致性；

2、客观性：考评要客观的反映员工的实际情况，避免由于光环效应、新近性、偏见等带来的误差；

3、公平性：对于同一岗位的员工使用相同的考评标准；

4、公开性：员工要知道自己的详细考评结果。

三、考评的内容和分值

1、考核的内容分以下三部分：

(1)、重要任务：本季度内完成的重要工作，由任务布置任务者进行考评；

(2)、岗位工作：岗位职责中描述的工作内容，由直接上级进行考评；

(3)、工作态度：指本职工作内的协作精神、积极态度等。由部门内部同事或被服务者进行考评。

2、分值计算

原则上，总分满分100分，根据各项工作所占的权重来设置分值。

四、考评的一般程序

1、员工的直接上级为该员工的考评负责人，具体执行考评程序；

2、考核的过程中分为员工自评和复评两种；

3、直接上级一般为该员工的考评负责人；

4、考评结束时，考评负责人必须与该员工单独进行考评沟通；

5、具体考评步骤在各岗位的考评实施细则中具体规定。

五、保密

1、考评结果只对考评负责人、被考评人、人事负责人、总（副）经理公开；

2、考评结果及考评文件交由人力资源部存档；

3、任何人不得将考评结果告诉无关人员。

六、其他事项

1、公司的绩效考核工作由人力资源部统一负责；

2、考评每月进行一次；

3、考评负责人在第一次开展考评工作前要参加考评培训（由人力资源部组织）；

4、各岗位的考评实施细则在本制度基础上由人力资源部、考评负责人及被考评人共同制定。

七、本制度由人力资源部负责解释。

xx有限公司

人力资源部

二Oxx年十月二十九日

xx有限公司

郑脉人字(20xx)第020号

人事考核规程

考核规程，是制度性“规范”、“规则”和“程序”，即通过制度，把考核的目的、考核的内容、考核的方式和方法、考核原则、考核过程与程序以及考核的标准和考核结果的运用等等，明文规定下来。人事考核规程的规范条文如下：

□ 总 则

第一条 目的

人事考核制度(以下称“制度”)的目的是以职能职务等级制度为基础，通过对员工的能力、成绩和干劲的正确评价，进而积极地利用调动、调配、晋升、特殊报酬以及教育培训等手段，

提高每个职工的工作能力、综合素质和士气，纠正人事关系上的偏差。

第二条 适用范围

这一制度适用于职能职务等级制度被确定下来的员工。

第三条 种类

人事考核(以下称“考核”)按考核的目的进行分类实施。

第四条 考核的结构

考核由成绩考核、能力考核以及态度考核三方面构成。

第五条 考核者

(一)考核者原则上是被考核者的直接上司。

第六条 被考核者

被考核者是指适用于职能职务等级制度的所有职工。

第七条 考核方式

考核依据评价准则（考核表），进行分析测评。

但是，在提薪考核方面，附加自我评价环节，以便自我认识，自我反省。

第八条 面谈、对话

考核者在考核期限，必须就工作成果(完成程度)、工作能力(知识、技能和经验的掌握程度)，以及工作的进取精神(干劲和态度的好坏程度)等方面内容，交换意见，相互沟通，以便彼此确认，相互认可。

第九条 考核结果的反馈

有必要把考核结果通过被考核者的顶头上司，通知直接被考核者本人，并做出说明。

□ 成绩考核

第十条 成绩考核

所谓成绩考核是对每个员工在担当本职工作、完成任务中所发挥出来的能力进行测评。

第十一条 成绩考核的要素

成绩考核要素，是由工作执行情况(正确性、完善程度、速度、工作改进和改善情况)以及指导教育工作情况等构成。

□ 能力考核

第十二条 能力考核

能力考核，就是对具体职务所需要的基本能力，以及经验性能力进行测评。

第十三条 能力考核要素

能力考核的构成要素是，担当职务所需要的基本能力，即知识、技术和技能，以及从工作中表现出来的理解力、判断力、创造力、计划力、表现力、指导和监督力、管理和领导力等经验性能力。

□ 态度考核

第十四条 态度考核

态度考核，担负着成绩考核与能力考核的桥梁作用，是对工作态度和热情以及态度所做的测评。

第十五条 态度考核要素

态度考核要素，是由工作积极性、责任感、热情及与他部门的协作态度、遵纪守法等方面构成。

□ 考核者训练

第十六条 培训考核者

为了使考核者能够公正合理地进行考核，为了提高考核者的监督管理能力，考核者必须接受企业内的培训。

第十七条 培训后的素质

(一)考核者必须认识到考核工作是自己的重要职责，并努力在履行职责中陶冶自己的人格，提高自己的素质，致力于发挥个人的能力。

(二)为了使考核工作公开而严格，考核者必须特别留心以下各方面：

1.不徇私情，力求评价严谨公道；

2.不轻信偏听，注重对被考核者实际工作的观察和批判；

3.对被考核者在考核期限之外所取得的结果、能力、干劲和态度不作评价；

4.以工作中的具体事实为依据，而不是根据其档案资料(学历、工龄、年龄、性别等)进行评价；

5.对考核结果，进行总体综合修正，以消除以偏概全倾向、逻辑推断倾向、宽容倾向、过分集中倾向、极端倾向以及人为假象，避免偏颇与失误；

6.注意避免凭总体印象，夸大或缩小被考核者的成果、态度以及工作中表现出来的能力。

□ 考核结果的应用

第十八条 考核结果的应用

考核结果，作为人事管理工作的可靠资料，用于提薪、奖金、晋升、教育培训、调动和调配等人事待遇工作。

第十九条 考核结果存档

考核结果，存入档案，正本由人事管理部门的负责人保管。

□ 其 他

第二十条 裁决权限

本规程的修改与废止，由人力资源部经理最终裁决。

第二十一条 实施日期

本规程自20xx年10月1日起实施。

xx有限公司

人力资源部

二OO四年十月二十九日

xx 有限公司

郑脉人字（20xx）第 012 号

服务营销晋升体系与绩效考核

人力资源是企业生存与发展的第一资源，进一步规范公司晋升管理，健全员工职涯通道，树立“以人为本”的观念，促进公司内部人才成长和晋升，是优化人才结构、调动人才积极性的良好举措。制度留人是待遇留人、感情留人、事业留人的有效保障。为此特制定服务营销晋升体系和晋升制度。

一、 员工职位晋升序列

员工→组长（帮扶）→主管→营业部经理→服务营销部经理

（特殊情况下可以越级晋升，但必须通过总部人力资源部审批）

二、 员工晋升的条件和晋升的权限

晋升职位	选拔对象	晋升标准	降级标准	降级职位	选拔对象及执行流程
组长	员工	①连续 2 月每月销量≥1 万； ②团结同事，乐于助人，勤学上进。	连续 2 月所带员工销量未完成（老员工 1.2 万，新员工 1 万），则自动降级。	员工	在优秀的员工中选拔，由分公司人事干部和主管研究决定。
主管	组长	①连续 3 月每月销量≥1 万； ②必须带出 3 个合格员工（老员工 1.2 万，新员工 1 万）； ③大专学历，条件优秀者可放宽； ④有团队意识、管理能力，讲原则，有激情，受员工欢迎； ⑤参加储备主管培训班并毕业； ⑥营业分部人数必须满足市区 6——9 人，县区 4——6 人（含主管），否则不设立营业分部主管。	①主管所带团队当月流失人数≥2 人，则自动降级； ②连续 2 月主管考核成绩＜80 分，则自动降级。 二者有任一情况则自动降级。	组长	在优秀的组长中选拔，由分公司人事干部进行调研并报分公司核心层研究后，报总部人力资源部审批。

营业部经理	主管	①大专以上学历； ②主管考核成绩连续3月≥90分； ③至少培养出3个主管，从原来团队中分离并独立带领团队； ④有较强的管理能力和团队操作能力，有激情、魄力，受员工欢迎。 ⑤营业分部个数必须≥3个，否则不设立营业部经理。	①连续2月营业部人均销量＜8千，则自动降级。	主管	在优秀的主管中选拔，由分公司人事干部进行调研并报分公司核心层研究决定后，报总部人力资源部审批。
服务营销部经理	营业部经理	①大专以上学历； ②相关保健品行业营销管理经验二年以上，条件优秀者可放宽标（外聘）； ③管理的营业（分）部连续3月人均销量≥1万； ④有较强的管理能力，团队操作能力和营销策划能力。	①连续2月服务营销部人均销量＜8千，则自动降级。	营业部经理	在优秀的营业部经理中选拔或直接对外公开招聘，由分公司总经理和总部人力资源部共同研究决定。

三、 绩效考核操作流程

1、人事干部提交升降人员考核数据、资料于分公司核心层研讨；

2、提交人员相关资料于总部人力资源部备案；

3、总部人力资源部授权分公司对晋升为主管以上职位人员进行任命；

4、考核轮岗人员并报总部人力资源部备案以做跟踪。

备注：

人事干部需要提交考核资料如下：

1、申报者个人基本情况（求职登记表）；

2、申报者的个人工作小结一份；

3、申报者的晋升报批表（包括综合考核与评价，晋升建议，人力资源部意见等）；

4、组长由分公司人事干部当地进行升降，并将考核资料在当地备案，主管以上职务人员进行升降要报总部人力资源部审批并备案。

本制度自公布之日始实施。

本制度最终解释权归总部人力资源部。

附录 15　xx 有限公司“员工晋升报批表”。

xx 有限公司

人力资源部

二 00 四年十二月三十日

总部人力资源中心员工考核制度

为了进一步规范公司人力资源管理工作，提升人力资源部员工的专业水平，更好地为公司员工提供人事方面的服务，特制定人力资源部员工考核制度。

一、　考核部门及对象

考核部门：公司总部人力资源部；考核对象：人力资源部员工。

二、　考核方式：

评价方式分为考核对象本人自评，部门同事复评，直接上级考评，所占比例分别为 2：3：5。例：本人自评得分 90 分，部门员工同事评分为 80 分，直接上级评分为 80 分，最后该主管得分为 90×20%+80×30%+80×50%=82 分。

三、　具体考核流程、考核项目：

☆流程

1、每月末由人力资源部员工将本月每日工作情况报于直接上级处；

2、由绩效考核人员和直接上级沟通并根据每个员工的本月工作完成情况进行量化考核；

3、每月月底进行量化评分；

4、考核对象对本月的考核结果进行分析总结，并由直接上级与考核对象进行面对面的沟通，指出工作中的优点和不足之处，进行鼓励和指导。

☆考核项目

人力资源部岗位分为招聘面试，培训开发，薪资档案，绩效考核，企业文化五个岗位，根据各自的岗位职责，设考核项目为：

1、　职责内工作完成情况（满分 60 分，1 项工作未及时完成扣 5 分）；

2、　领导交办工作完成情况（满分 15 分，1 项工作未及时完成扣 5 分）；

3、 与同事的沟通合作能力（优 15 分、良 10 分、中 7 分，差 2 分）；

4、 自我学习能力（满分 10 分，学习 1 本书或 1 个课程得 2 分，附读书心得）。

四、 考核结果与经济挂钩：

设本月人事干部考核最后得分为 X，

1、 当 X≥80 分为合格；

2、 当 X＜80 分为不合格，实行末位淘汰制。

五、附则

本制度自公布之日始实施

xx 有限公司

人力资源部

二 00 四年十二月

附录　16　人力资源部员工考核表

xx 有限公司

郑脉人字(20xx)第 015 号

分公司人事干部考核制度

为了进一步规范公司人力资源管理工作，提升整个公司的人力资源管理水平，以便更好地为市场提供服务，特制定人事考核制度和考核办法。

一、考核部门：

公司总部人力资源部。

二、考核内容及方式：

本考核为月度考核，对分公司人事干部实行评分考核制，满分为 100 分。基本考核板块、权重及其考核方式见下表：

序号	考核内容	权重	考核方式
1	对公司管理的支持度（表格化管理）	62%	公司总部人力资源部结合分公司上报情况进行评分。
2	日常管理工作	38%	
3	其他	0%	
4	否决项	——	根据出现否决项情况适度评分。

三、具体考核项目、所占权重及评定标准：

（1）、对公司管理的支持度（62 分）

1、 组织架构图——书面（2 分）

（a）、及时性(1 分)：本表为月度报表，于每个月度关帐后 3 天内上报，迟报扣该项分值 1 分。**例：财务部 27 日关帐，报表务必在 29 日之前上报。**

（b）、有效性(1 分)：本表以分公司为单位上报，上报内容必须真实完整，清晰明了。根据报表内容的质量进行评分。

2、分公司人员变动表——电子版（6 分）

（a）、及时性(2 分)：本表为月度报表，于每个月度关帐后 3 天内上报，每迟 1 天扣该项分值的 1 分，下限为 0。

（b）、有效性(4 分)：本表以分公司为单位上报，上报内容必须真实完整，清晰明了。根据报表内容的质量进行评分，核查时每发现 1 处错误扣 1 分。

3、新进员工登记表——书面 （2 分）

（a）、及时性(1 分)：本表为月度报表，于每个月度关帐后 3 天内上报，迟报扣该项分值 1 分。

（b）、有效性(1 分)：本表以分公司为单位上报，上报内容必须真实完整，清晰明了。根据报表内容的质量进行评分。

4、离职员工登记表——书面（2 分）

（a）、及时性(1 分)：本表为月度报表，于每个月度关帐后 3 天内上报，迟报扣该项分值 1 分。

（b）、有效性(1 分)：本表以分公司为单位上报，上报内容必须真实完整，清晰明了。根据报表内容的质量进行评分。

5、考勤表\销量表——书面（4 分）

（a）、及时性(2 分)：本表为月度报表，于下个月度的 4 号之前上报，每迟 1 天扣该项分值的 1 分，下限为 0。

（b）、有效性(2 分)：本表以分公司为单位上报，上报内容必须真实完整，清晰明了。根据报表内容的质量进行评分，核查时每发现 1 处错误扣 1 分，下限为 0。

6、工资表——电子版，特殊情况可用传真形式上报（12 分）

（a）、及时性(4 分)：本表为月度报表，于下个月度的 4 号之前上报，每迟 1 天扣该项分值的 1 分，下限为 0。

（b）、有效性(8 分)：本表以分公司为单位上报，上报内容必须真实完整，清晰明了。核查时每发现 1 处错误扣 2 分，下限不限。

7、主管以上人员职务变动分析——书面（2 分）

（a）、及时性(1 分)：本表为月度报表，于每个月度关帐后 3 天内上报，每迟 1 天扣该项分值的 1 分，下限为 0。

（b）、有效性(1 分)：本表以分公司为单位上报，上报内容必须真实完整，清晰明了。根据报表内容的质量进行评分。

8、干部（主管以上职位）推荐表——书面（4 分）

（a）、及时性(2 分)：本表为月度报表，于每个月度关帐后 3 天内上报，迟报扣该项分值 1 分。

（b）、有效性(2 分)：本表以分公司为单位上报，上报内容必须真实完整，清晰明了。根据报表内容的质量进行评分，核查时发现 1 个储备干部与实际情况不符扣 1 分。

9、主管考核表——书面（12 分）

（a）、及时性(4 分)：本表为月度报表，于每个月度关帐后 3 天内上报，每迟 1 天扣该项分值的 1 分，下限为 0。

（b）、有效性(8 分)：本表以分公司为单位上报，上报内容必须真实完整，清晰明了。根据报表内容的质量进行评分，核查时每发现 1 个主管考核分数算错扣 2 分，下限不限。

10、分公司月度人事分析报告——书面（12 分）

分公司月度人事分析报告，**需分公司总经理阅后并签字**，内容规定如下：

※ 新进、离职人员变动情况分析，以及和销量之间的关系

※ 员工档案办理情况

※ 分公司内部管理制度修订情况

※ 干部培养情况

※ 员工培训情况

※ 关心员工情况

※ 下月工作计划

（a）、及时性(4 分)：本表为月度报表，于每个月度关帐后 3 天内上报，每迟 1 天扣该项分值的 1 分，下限为 0。

（b）、有效性(8 分)：本表以分公司为单位上报，上报内容必须真实完整，清晰明了。根据报表内容的质量进行评分，缺少 1 个要求的内容扣 2 分，下限为 0。

11、月度人员需求表（4 分）

（a）、及时性(2 分)：本表为月度报表，于每个月度关帐后 3 天内上报，每迟 1 天扣该项分值的 1 分，下限为 0。

（b）、有效性(2 分)：本表以分公司为单位上报，上报内容必须真实完整，清晰明了。根据报表内容的质量进行评分。

（二）、日常管理工作（38 分）

1、关心员工 2 件事——（10 分），每月开展员工生日祝福、座谈会和满意度调查等多种形式的活动，将关心员工措施落到实处。每月关心员工落实 2 件事，11 月份开展“文明宿舍”评比和“311”回访两件事，“文明宿舍”评比目的是为了改善员工的住宿环境，“311”回访目的是为了帮助新员工快速成长，感受公司伙伴文化。

A、“文明宿舍”评比——（5 分），每半个月评比 1 次，由公司总部人事干部向员工随机抽查 2 次，1 次抽查有员工反映没做扣去该项分值 2.5 分。

B、“311 回访”——（ 5 分），由各分公司人事干部对新员工进行帮助和跟踪,并根据新员工到岗后 1 周内的情况填写“311 新员工回访反馈表”（第 1 个月的情况暂不填写，到岗 1 个月后补全反馈表），由公司总部人事干部根据报表上交情况（上交及时得 3 分）和随机抽查新员工情况（反映满意得 2 分）进行评分。附“311 新员工回访反馈表”。

2、员工流失率——（5 分），每月根据“月度人员需求表”算出分公司员工流失率，当月分公司人员流失率在 0 至 10%之间为正常，不扣分；人员流失率在 10%至 30%之间，每增加 1%，扣去 0.25 分；流失率最高限制为 30%，当大于 30%时得 0 分。

3、早会夕会——（5 分），每月由公司人事干部向员工随机抽查 4 次，1 次抽查有员

工反映未做的扣去该项分值 1.25 分。

4、板报办理——（5 分），每月由公司人事干部向员工随机抽查 4 次，1 次抽查有员工反映未做的扣去该项分值 1.25 分。

5、档案办理——（5 分），各分公司人事干部于每月关帐后 3 天内将新进员工档案带回，发现 1 名员工档案未办理齐全扣该项分值 1 分，下限为 0，档案办理完整得满分。

6、员工肯谈会——（8 分），11 月份各分公司人事干部组织员工开展“员工肯谈会”，将肯谈会员工反映的意见汇总并将汇总情况于当月关帐后 3 天内上报。根据员工的意见，能当地解决的就地解决,不能解决的将意见反馈总部人力资源部解决。根据员工肯谈会是否开展（开展得 6 分）和及上交报表是否及时（上交及时得 2 分）进行评分。

（三）、其他（0 分）

其他主要指当月有特殊工作安排需要各分公司人事干部配合的项目。根据工作内容的具体情况进行评分。

（四）、否决项

1、员工投诉：员工投诉与人事有关且属实，则出现 1 次扣 2 分；分公司出现重大人事纠纷事故，给公司造成损失的扣 3-5 分。

2、违章任免主管级以上干部，出现 1 次扣 5 分；公司通报后，仍未整改扣 10 分。

3、严格执行“亲属回避”政策，出现 1 个亲属，查明属实扣 1 分。

四、考核结果与工资挂钩

1、当月总分累计达 95 分以上为优秀，可得全部工资；

2、当月总分在 95-80 分之间，则每低 1 分扣当月工资 10 元；

3、当月总分在 80 分以下得 90%工资；

4、连续三个月得分均在 95 分以上者，1 次性物资奖励，并通报表扬；

5、连续两个月得分低于 80 分，取消人事干部资格。

五、附则

1、本规定由子公司人力资源部负责解释。

2、本规定自公布之日始实施。

xx 有限公司

人力资源部

二ＯＯ四年十一月一日

附录17　分公司人事干部月度考核表

xx有限公司

郑脉人字(20xx)第009号

分公司主管考核制度

为了进一步规范分公司人力资源管理工作，提升整个公司的主管销售和管理水平，更好地为市场提供服务，特制定主管考核制度和考核办法。

一 考核部门

分公司人力资源部。

二 考核方式：

评价方式分为考核对象本人自评，当地服务营销部经理考评，当地人事干部考评，所占比例分别为2：3：5。例：本人自评得分90分，营销部经理评分为86分，人事干部评分为88分，最后该主管得分为90×20%+86×30%+88×50%=87.8分。

三 具体考核项目、所占权重及评定标准：

1、　**（5分）**　完成个人月度保底销售指标设为12000元，每少2000元扣1分，每多3000元加1分，下限最低为0，上限最高为10分。

2、　**（10分）**　完成团队保底任务和争取指标设为月人均销量12000元，每少1000元扣2分，每多1000元加1分,下限最低为0，上限不限。

3、　**（10分）**　晨会、夕会的执行，每月由分公司人事干部向员工随机抽查5次，根据其质量进行评分，一次未做扣2分，抽查全部执行为满分。

4、　**（10分）**　月底上交报表，分为及时性和有效性。

及时性（5分）：所有报表按照规定上交时间上报，每迟一天扣该项分数1分，下限为0；

有效性（5分）：报告数据必须真实完整，根据其质量进行评分，如被发现有虚假信息，则扣除5分。

5、**（10分）** 带领员工科普、家访、送贴，每月由分公司人事干部向员工随机抽查5次，有员工反映不满情况，经查明属于主管责任的扣2分。

6、**（10分）**联谊会现场帮助员工攻单，每月由分公司人事干部向员工随机抽查5次，有员工反映不满情况，经查明属于主管责任的扣2分。

7、（10分）统计员工活动量并上交其科普、家访数据资料，分为及时性和有效性。

及时性（5分）：所有资料按照规定上交时间上报，每迟一天扣该项分数1分，下限为0；

有效性（5分）：报告数据必须真实完整，根据其内容进行评分，如被发现有虚假信息，则扣除5分。

8、（10分）每周总结销售情况，及时对员工进行培训和指导(特别是新员工)，每月由分公司人事干部向员工随机抽查4次，根据培训的质量进行评分，有员工反映一次未做扣2.5分。

9、（10分）及时对连续两场没开单的员工进行跟踪、谈话，寻找并解决问题，每月由分公司人事干部向员工随机抽查5次，有员工反映不满情况经查明属于主管责任的扣2分。

10、（10分）员工流失率，部门内部流失1名员工扣2分，下限为0，未流失员工为满分。

11、（5分）组织员工对公司政策、制度、内刊进行学习，每月由分公司人事干部向员工随机抽查2次，根据学习的质量进行评分，1次未做扣2.5分。

四 考核结果与经济挂钩：

设当月主管考核最后得分为X，

当X≥90分，奖励200元；

当80分≤X＜90分，每多1分，奖励10元；

当连续两月分数X＜80分，取消主管资格。

五、附则

1、本规定由公司人力资源部负责解释。

2、本规定自公布之日始实施。

附录18　分公司服务营销部主管考核表

xx有限公司

人力资源部

二〇〇四年九月二十八日

附录 19　违纪处罚通知单

第四节　员工福利保险

中脉公司员工福利实施细则

一、员工社会保险

公司为了有效保障公司全体员工福利待遇，充分体现公司对员工的关心和爱护，增强员工的归属感和凝聚力，为公司优秀员工办理了社会保险，并逐步完善福利制度，给员工办理意外伤害险。见后附表：员工福利制度。

二、共享性福利

共享性福利包括员工体检、员工食堂，员工宿舍，员工集体婚礼、节日慰问，书吧和网吧等福利项目。

1、 集团总部和有条件的子公司，应每隔一年或两年组织员工体检一次。通过开办员工食堂、安排员工的集体宿舍、创办书吧和网吧等活动方便和丰富员工的业余生活。重大节日应对员工进行慰问。

2、 集团总部每年举办一次优秀员工和子公司中层及以上干部的集体婚姻礼，各大区，子公司可参照集团总部的方法进行。

三、激励性福利

公司对员工进行激励性福利包括：

1、 安排优秀员工国内外旅游或度假

2、 参加各类培训交流；

3、 配轩工作用车；

4、 安排子公司长期驻外的优秀员工及做出突出贡献的管理干部的家属到集团探亲；

5、 春节期间慰问中层及以上干部的父母；

6、 家访。

xx 有限公司

郑脉人字(20xx)第 016 号

员工福利制度

一、总则

（一）、目的

1、有效保障公司全体员工的社会保险和福利待遇。

2、为员工提供健康和谐的工作环境。

3、充分体现公司对员工的关心和爱护，增强员工的归属感和凝聚力。

（二）、原则

1、为员工提供长期的福利保障。

2、保证福利政策在公司内部公开、公平、公正。

3、遵守国家有关社会福利保障政策。

二、养老保险

1、适用人员：公司签定固定劳动合同的正式员工（档案必须办理齐全）。

2、缴费比例：个人 8%，企业 23%

3、缴费基数：20xx 年 6 月郑州市金水区社会保险中心规定的缴费基数。

4、缴费起始时间：员工参保审批后开始。

5、员工受益情况：受益人满国家规定退休年龄后，可按月领取国家规定的养老金（具体金额按受益人退休时国家有关规定执行）。

三、失业保险

1、适用人员：公司签定固定劳动合同的正式员工（档案必须办理齐全）。

2、缴费比例：个人 1%，企业 2%

3、缴费基数：20xx 年 6 月郑州市金水区社会保险中心规定的缴费基数。

4、缴费起始时间：员工参保审批后开始。

5、员工受益情况：员工失业后享受失业保险待遇（具体金额按受益人失业时国家有关规定执行）。

四、产假

1、适用人员：公司签定固定劳动合同的正式女性员工（档案必须办理齐全）。

2、产假时间：员工申请审批后三个月。

3、员工受益情况：享受公司三个月基本工资待遇：员工每月350元，主管每月600元，经理以上干部（含）每月800元。

五、婚假

1、适用人员：公司签定固定劳动合同的正式员工（档案必须办理齐全）。

2、婚假时间：员工申请审批后，省内5天，省外7天。

六、失去养老及失业保险资格情形

1、员工在公司整顿期间被精减；

2、员工在缴纳或领取期间被劳教或被判刑；

3、员工中止、解除了劳动合同；

4、员工被辞退、除名；

5、公司依法破产后。

七、公司养老及失业保险人员参保条件

1、公司销售岗位：

A在公司工作一年(含)以上的优秀员工（月均销量≥1万）。

B在公司工作二年(含)以上的老员工（月均销量≥8千）。

C在公司任营销管理岗位一年以上的主管（含）级以上干部（任职期为一年，或符合A项条件均可参保）。

2、公司后勤岗位：

A在公司工作一年(含)以上的后勤员工，在部门考核中合格。

B部门经理推荐并交人力资源部审批。

注：在职员工参保不受户口限制，非郑州市户口的员工也可参保。

八、员工参保办理流程及手续

1、由当地人事经理或部门领导填写“员工参保申报表”,附参保员工本人填写的详细资料一份（包括个人详细情况，在公司工作经历，所任职务，工作业绩等）；

2、所有资料报总部人力资源部审批；

3、经人力资源部审批，参保人员需上交个人身份证复印件一张。

九、社会保险办理时间

每月的8日之前进行保险申报，10日至20日为集中办理保险时间，其他时间不予以办理。

十、保险管理

1、公司为每位员工建立保险档案。

2、及时办理与员工聘用、调岗和辞退相关的保险关系的初建、增减、企业间转移、撤

保、续约等事务。

3、如果员工本人不愿参加以上两项保险及福利中的任何一项，请在公司通知为其办理保险前3日内，书面通知总部人力资源部。

十一、附则

1、随着社会保险的发展和提供的保险品种越来越多，公司应精心选择合适的保险机构和保险品种，以求获得低成本、高效益的保险效果。

2、参加养老和失业保险的员工，必须按规定履行缴费义务，男性缴费至60岁，女性缴费至50岁，符合退休条件并办理退休手续。缴费年限满15年（含）以上的，终生可以按月领取养老金；不满15年的，社保机构将一次性付清养老金。缴纳失业金满一年（含）以上，在失业后通过劳动部门鉴证后，可根据缴费金额领取3个月至2年的失业金，若未发生失业情况，则缴纳的失业保险金不予以退还。

3、本办法与当地政策抵触时，以当地政府规定为准。

本制度自20xx年12月26日起开始执行。

附录20　员工参保申报表

xx有限公司

人 力 资 源 部

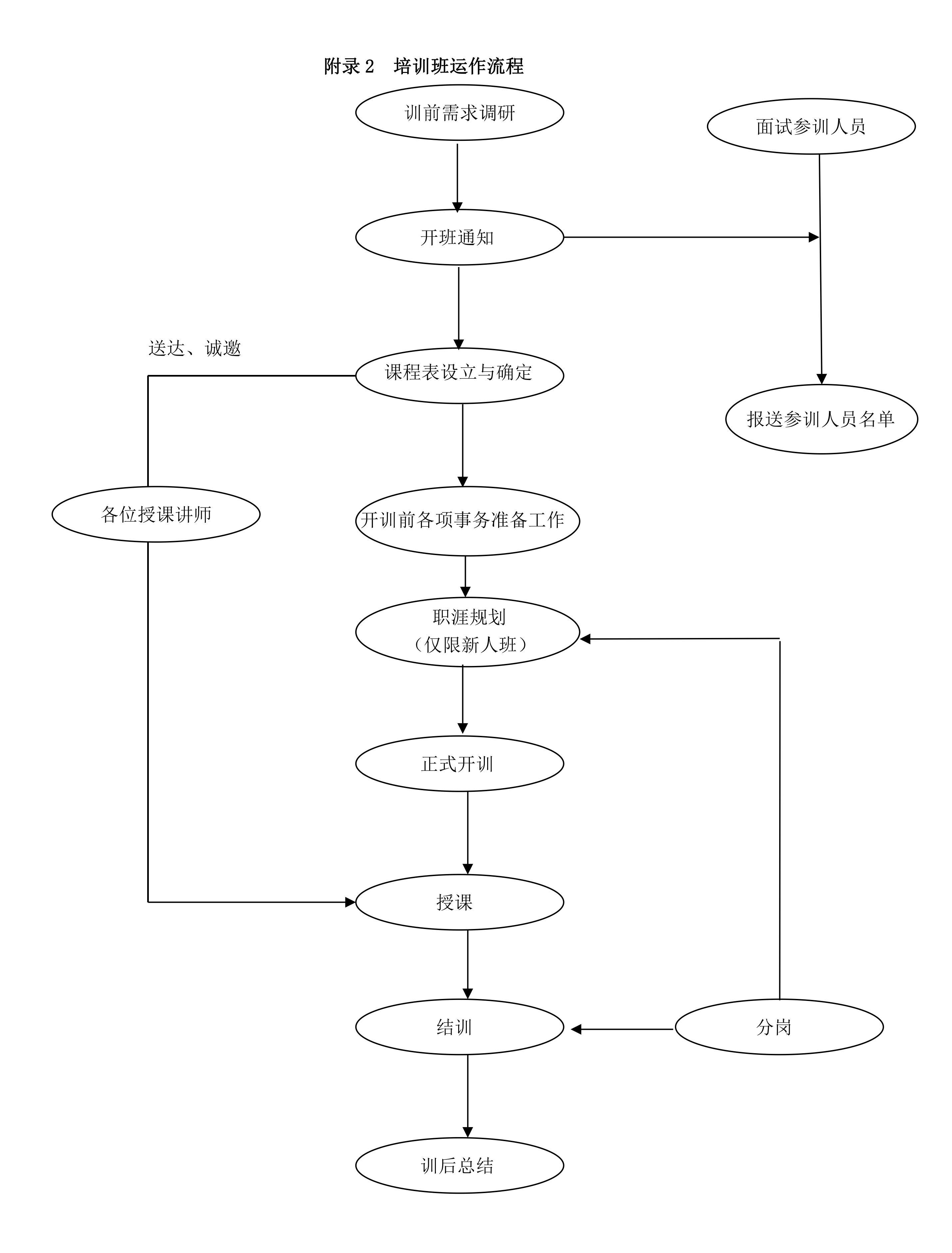
二OO四年十二月二十日

附录1　中脉科技集团郑州公司面试签到表

日期：20xx年　　月　　日

序号	姓名	性别	年龄	应聘岗位	联系电话	招聘来源
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
31						
32						
33						
34						

附录 2　培训班运作流程



训前需求调研
面试参训人员
开班通知
送达、诚邀
课程表设立与确定
报送参训人员名单
各位授课讲师
开训前各项事务准备工作
职涯规划
（仅限新人班）
正式开训
授课
结训
分岗
训后总结

附录 3　新员工培训课程表

日期	时间	课程	讲师
月　日	08：30-09：00	培训说明及开训	
	09：00-09：50	职业经理人生涯规划	
	10：00-10：　50	中脉公司简介(一)	
	11：　00-11：50	中脉公司简介(二)	
	午间休息		
	14：00-14：　50	服务营销概述(一)	
	15：　00-15：　50	服务营销概述(二)	
	16：00-16：　50	购买者心理探讨与专业化的销售流程	
	17：　00-17：　50	一分钟自我介绍	
月　日	08：30-09：00	早会带动	
	09：00-09：50	中脉产品知识介绍(一)中脉远红	
	10：00-10：　50	中脉产品知识介绍(二)中脉磁疗	
	11：　00-11：　50	赞美技巧	
	午间休息		
	14：　00—14：　50	户外团队合作训练	
	15：　00-15：　50	接近技巧	
	16：00-16：　50	中脉产品知识介绍(二)中脉蜂灵	
	17：　00—17：　50	中脉产品知识介绍(四)微循环	
月　日	08：30-09：00	早会带动	
	09：00-09：50	促成技巧	
	10：00—10：　50	拒绝处理	
	11：　00-11：　50	中脉礼仪与规范	
	午间休息		
	14：　00-14：　50	中脉薪酬制度	
	15：　00-15：　50	如何做一个优秀的营销员	
	16：00-16：　50	笔试与考核	
	17：00-17：　50	工作分岗	

附录 4　培训师职位描述书

<table>
<tr><td>岗 位 总体目标</td><td colspan="3">建立和完善培训体系，为分公司内外勤员工提供训练课程，确保营销训练工作的顺利进行，为分公司营销管理和营销业务的顺利发展提供培训支持。</td></tr>
<tr><td rowspan="4">工作联系</td><td colspan="3">汇报对象：培训主管或人力资源部经理</td></tr>
<tr><td colspan="3">督导对象：兼职讲师及参训学员</td></tr>
<tr><td colspan="3">外部联系：各类培训机构、总部培训部、总部人力资源部</td></tr>
<tr><td colspan="3">内部联系：分公司总经理室、各部门、各地市及办公室。</td></tr>
<tr><td>岗位职责</td><td colspan="3">1. 根据公司营销战略和目标，制定部门规划，明确培训方向，为营销队伍发展提供强有力的支持；
2. 组织制定工作计划并督促完成，有计划建立训练体系，保证培训训练的正常进 行；
3. 加强部门文化建设，营造良好氛围，增强凝聚力；
4. 管理和指导部门内各岗位人员的工作，了解、掌握各部门员工的思想动态，确保员工的成长和提高，充分调动其工作积极性，保证各类培训的高效有序进行。
5. 指导各部门、各地市的职场训练工作，保证培训系统的顺畅运行；
6. 培养、训练兼职讲师，为训练体系的正常运转奠定基础；
7. 协调与公司其它部门、公司以外单位关系；
8. 配合营销的相关流程改善，制定训练与辅导的相关绩效考核指标；
9. 每月授课课时在 20 个课时以上；
10. 其他与培训相关的工作；</td></tr>
<tr><td rowspan="4">素质要求</td><td colspan="3">教育程度：大学本科或以上学历</td></tr>
<tr><td colspan="3">工作经验：两年以上培训、保险营销或管理工作经验</td></tr>
<tr><td colspan="3">专业 :教育、管理、金融类</td></tr>
<tr><td colspan="3">技能：具有较高管理水平和出色的组织、策划、公共关系及文字能力；具有丰富的专业知识、较高的训练水平和解决实际问题的能力。</td></tr>
<tr><td colspan="2">岗位人员：</td><td>直接主管</td><td>审批人：</td></tr>
</table>

岗位总体目标	建立和完善培训体系，为分公司内外勤员工提供训练课程，确保营销训练工作的顺利进行，对培训学员进行日常管理及后勤保障。

<table>
<tr><td rowspan="4">工作联系</td><td colspan="2">汇报对象：培训主管</td></tr>
<tr><td colspan="2">督导对象：培训学员</td></tr>
<tr><td colspan="2">外部联系：办公室及公司各部门</td></tr>
<tr><td colspan="2">内部联系：培训主管、人事经理、招聘岗及档案岗</td></tr>
<tr><td>岗位职责</td><td colspan="2">1．学员签到、接待及会场引导、考勤表的制作；
2．学员的日常考勤、管理及后勤保障；
3．培训班课程安排及授课讲师的选定及沟通、提前一天对授课讲师的课程提醒；
4．加强培训班文化思想建设，营造良好氛围，建立正确导向、增强凝聚力；
5．培训班开训说明及早夕会带动；
6．培训跟班及参训学员的纪律监督、学习监督；
7．培训班课间带动及主持，提重人名及谢重名；
8．参训学员的有效了解及思想动态的跟踪；
9．对心态明显不好及违反培训管理规定的学员，班主任有做出退训的权力；
10．培训结束后的培训总结及分析，主动向上级主管汇报培训结果；
11．培训结束后一周内对培训学员进行工作追踪及工作分析；
12．其他培训部认为有必要的工作。</td></tr>
<tr><td rowspan="4">素质要求</td><td colspan="2">教育程度：大学本科或以上学历</td></tr>
<tr><td colspan="2">工作经验：一年以上培训工作经验</td></tr>
<tr><td colspan="2">专业：教育、管理、金融类、法律类</td></tr>
<tr><td colspan="2">技能：具有较高管理水平和出色的组织、策划、公共关系及文字能力；
具有丰富的专业知识、较高的训练水平和解决实际问题的能力。</td></tr>
<tr><td>岗位人员：</td><td>直接主管</td><td>审批人：</td></tr>
</table>

附录5　班主任职位描述书

附录6　《蓝皮书》——销售五步流程

销 售 五 步 流 程 之

一 、 科 普 方 法

1、仪器科普法：

利用仪器（微循环检测仪、手穴仪、血压计、水机等），挑选适合地点（公园、广场、社区、商场门口、药店等地）进行科普。

例如用微循环检测仪到社区科普，科普前员工应到社区里做初步了解，包括：社区多少住户、经济状况、消费能力、中老年人比例、有无同行业保健品消费、同行业保健品的功效与服务如何、社区能否提供桌椅、电力、会议室等帮助、可否提前张贴宣传海报、通知。科普出发前应检查所携带的仪器、配件、登记表、宣传单、笔纸、条幅、展板、个人工作证件等物品是否齐全。科普时，要组织好顾客，排好秩序，登记一个检测一个、忙而不乱。一个科普小组 2—4 人为宜，分工明确，通力合作。检测治疗时，应以一人讲解为主，其他人做配合工作。社区内如有本公司荣誉顾客，还可请其协助帮忙。科普结束后，应整理好物品，清理干净场地，保持社区环境卫生，维持良好社区关系，为以后工作打好基础。回去后可将资料平均分配，开发顾客资源。

在药店科普时，可与药店协商，日期选在药店推广某个品牌的药品宣传时，与药店联系，为药店增加服务项目，提供免费仪器检测用以吸引顾客，增强现场效果作为交换条件，由药店提供以往的顾客资料或当日购药资料，也可在检测时收集顾客资料。

在商场科普时，可与商场洽谈，利用顾客购物小票（可要求满 20 元，年龄在 40 岁以上），到检测处免费检测，收集顾客资料。

公园、广场是老年人晨练、游玩的场所，可携带仪器科普，如血压计、手穴仪，方法同上。

2、调查表科普法：

利用《中脉健康之声收听调查表》、《关爱中国老人健康调查表》及利用社会事件、节日设计调查表（如《中脉关注希望工程调查表》）。

3、礼品发放科普法：

通过在公园、学校（幼儿园、小学）等地发送小礼品进行科普。

小礼品可选择印有公司广告语的气球、灯笼、钥匙链、公司形象宣传手提袋、广告小红帽、宣传用围裙、企业吉祥物、小摇扇、小水壶、老年乘车证卡套、广告语 T 恤衫、家庭常备小药箱、自制贺卡、广告语自行车筐等。发放办法可采用现场登记后发抽奖券，每 20—30 人一组，然后抽奖，以此搜集顾客资料。也可登记一个发放一个，需视成本而定。

4、宣传资料科普法：

通过发放公司各类资料（如《水与健康》等）进行科普。

宣传资料发放前，要写上联系人姓名、联系方式、地址。报纸、彩页见人即发，宣传面大，反馈信息资料较少，但资料含金量高。

5、产品体验科普法：

水机体验点、磁疗部体验点中脉通络仪科普。

水机体验点可选择社区、专卖店、药店、超市等人流集中场所，同时辅助大量海报、人员等大力宣传。管理办法：由专人负责体验点的工作，凡来接水的公众，要填写《接水登记表》，包括姓名、地址、电话、身体健康状况、对中脉的了解度及评价、对水的了解、用水起止日期、使用后感受，同时可结合抽奖发放水票。所有资料由经理统一分配，避免抢拉顾客，有损公司形象。

磁疗体验点可在专卖店、办公室或商业区设产品体验室，让顾客亲自感受磁疗产品的魅力，体验效果，刺激购买。整个过程要加强全方位立体式宣传，如海报、展板、小礼品发放等方式，同时安排好体验点工作人员，直接将顾客领到体验室。

通络仪体验点一般设在专卖店，由店员管理，也可设在磁疗体验点，共同操作。

6、票券赠送科普法：

通过赠送水票、联谊会抽奖券、健康报告会入场券、摄影券、通络仪月票等票券进行科普。7也可自行设计活动方案，印制票券。

《健康联谊会入场券》的使用：设计入场券要注意：将专家介绍、报告课题、报告会时间、地点、联系人、联系电话，举办单位直接印制到入场券上，副券上印参会嘉宾姓名、电话、地址、编号（要注明顾客要认真填写，以利于抽奖），撕下副券投入抽奖箱，用以抽奖，以后搜集作为顾客资料。发放时间：报告会前1—5天在街道、小区、公园、商场等集中中老年人群中发放，到会率为10—20%。票券样本如下：

正面：

冬病防治大型健康告会 入场券	副　券
时　间：	共享健康
地　点：	分享快乐
联系人：	
联系电话：　　编号：	编号：

反面：

副　券	专家简介：
嘉宾姓名：	
电　话：	报告内容：
地　址：	注意事项：

7、公益活动科普法：

包括赞助老年人活动（如曲艺比赛、书法比赛等）、到老干部疗养院、养老院、医院等地义演科普。

8、娱乐活动科普法：

到老年人娱乐场所（舞厅、公园、老年人活动室等地）共同娱乐科普。

9、聚会科普法：

到老年人的生日会、同学会和幼儿园、学前班家长会、老年人大学、老年人活动中心及外公司联谊会科普。

10、与外公司互联科普法：

与中介公司、婚介公司、搬家公司、旅游公司、家政公司、桶装水站、送报员、送水员互联，获取资料。为其顾客提供增值服务，如把宣传彩页、健康手册送给他们，换取资料。

11、编电话号码科普法：

如一个电话号码是11111，再编一个电话号码11112加以利用，或拨打好号码，如6666、8888。

12、信息收集科普法：

包括媒体信息、社区信息、公众信息、网上信息。从中发现有价值的资料。如其它公司电台收听、小区信息栏有姓名，住址，电话等信息。

如收听广播电台的各种健康之声，记录热线搜集听众信息。

社区信息主要来自社区公告栏上的欠费住户联系方式及单元号。还有楼栋口的电表箱、水表箱、气表箱上都有用户资料。

公众信息来自报纸等地招聘保姆的广告（家里有老人需要照顾）、二手房出售广告。还有分类信息中的其他有价值的资料（如中老年人健康交流会的召开、政府福利性活动的举办）。

如果细心的话，路边电线杆、胡同口墙壁上的房产信息、饭店转让信息、电器转让信息或其他有价值的信息留有电话号码。

网上信息的收集一般在一些老年人保健网站上去收集可用的信息，这样的信息收集可用量较少，但这类顾客含金量特别高。

13、转介绍科普法：

通过老客户介绍、熟人介绍获取资料。

可对老顾客提出请求："阿姨（叔叔），你最近身体好多了，不用担心天阴下雨关节疼了，上下楼也不心慌闷气了，这都是你渴望健康，相信科技，使用高科技产品带来的好处。还有不少人也同样渴望健康，但由于不了解我们的产品，正在忍受着病痛，您回忆一下您身边的邻居和朋友，看看谁比较相信科学，想重新拥有健康，提供给我，我去拜访一下。您的朋友将来身体好了，一定会感激你的。（另外，我会为你保密的，我保证不把你的情况说出去）"。这种转介绍的顾客购买率高，通常可达 60—70%，所以维护好老顾客，能给你带来 2/3 的销量，是**最值得努力**的科普方法。

14、宣传日科普法：

利用宣传日（防治麻风病世界日 、全国爱耳日、世界防治结核病日、全国爱国卫生月、世界卫生日、预防接种宣传日、全国防治碘缺乏病日世界红十字日、国际护士节、世界哮喘日、全国助残日、全国母乳喂养日、中国学生营养日、世界无烟日、世界环境日、全国爱眼日、国际禁毒日、世界人口日、世界母乳喂养周、全国爱牙日、世界聋人节、国际老人节、全国防治高血压日、世界居室卫生日、国际盲人节、世界传统医药日、健康日、全国食品卫生宣传周、世界防治糖尿病日、世界艾滋病宣传日、世界防治哮喘日、世界强化免疫日/世界残疾人日）加以炒作进行科普。要点：材料的准备，如条幅、板报、展板等物品。

15、通讯录科普法：

通过电话簿、114 查询、退休干部通讯录、成功人士通讯录获取资料。

16、定点科普法：

寻找固定地点，如老人服装店、幼儿园门口、小学门口、保健品专卖店门口、医院门口、菜市场门口、公园等地。

17、扫楼扫街科普法：

即见楼上楼，有街走街的科普方法。其特点为拒绝较多，但数据含金量高。附：其中常用技巧有送礼物（如过年送"福"字等）、敲错门等方法。

18、助人为乐科普法：

举办学雷锋活动，如修车、理发、义诊、按摩、上车让座。

地点通常在街道边、社区口、公园、广场、商场、等地，要带齐用品及桌椅，制作小条幅，写出服务内容。每服务一人，登记一份顾客资料。此项

活动属于献爱心活动，易于被人接受，收集到的资料相对真实。但年龄层较宽。

19、应聘科普法：

通过到人才市场应聘去发现目标（多为适合的招聘者），通过应聘交谈获取资料。

20、随机科普法：

如逛街、吃饭、洗澡等地点随机科普。其特点为不确定性。

销售五步流程之

二、家　访

家访就是在科普后进行的必要的家庭访问，是一个成功的销售流程中不可或缺而且极其重要的环节，家访的成功与否，直接关系到邀约的效果和攻单的难易度及售后工作中客户的稳定度和老带新的效率。

家访是与顾客谈判的正式开始，谈判双方面对面的沟通，一举一动都关系到家访的效果，所以家访的成败在于细节的把握——访前、访中、访后的细节。

（一）家访细节：

1、访前应注重的细节。

⑴整理好顾客资料，把顾客进行分类，如该顾客为B类顾客（有钱、有病），那我们就引导其保健意识，沟通的关键词就是保健、健康。同时针对资料研究顾客爱好、对中脉的熟悉程度，对接下来的沟通、交流都有好处。

⑵打电话约定合适家访时间。合适的家访时间为夏季上午8：00—11：00，下午3：30—6：30；冬季上午9：00—11：30，下午2：30—5：30。在电话中，通话双方只能通过声音和语气对对方印象加以评判，所以和老年人讲话，语气要温柔适中，对方讲话块，自己可稍快一点，一般讲话慢一点，多用礼貌用语——多用“您”，打完电话要有祝福语。打电话环境要较安静，打电话时间切忌中午12:00—1：30及其它不适时间。

⑶齐备所需物品。包括资料、个人名片、公司胸牌或司徽等物。

⑷进门前整理好自己的仪容。保持头发的顺爽、面部的清洁、口气的清新、服装的整洁、皮鞋上没有尘土、工作牌/司徽的佩戴。

⑸提前五分钟到达地点，熟悉周围的环境，进门前调整自己的情绪至最佳状态，以约定的时间准时登门（如果约定时间为8：30，就8：30准时敲门，然后看一下手表，告知顾客：“正好8：30，没有迟到。”影响顾客，让顾客以后和你约定时养成守时的习惯）。

2、访中应注重的细节。

⑴敲门时以三声为宜（有门铃两次按铃时间相距8秒为宜），轻重适中，开门后，要退后一步，双手放于前方，确认对方身份，然后自我介绍，递上名片，以便于对方确认身份。进门时应咨询对方是否要换鞋。

⑵进门后尽量在顾客落座后再落座，落座最佳方位为与顾客同一水平线（避免打量家庭环境时被对方捕捉到自己的眼神），次方位为与顾客斜对面落座，切忌与顾客正面相对落座。

⑶说明家访的理由要与预约家访的理由一致，说话时要面带微笑，态度真诚，眼神在对方眼睛与唇间浮动，语言上多用赞美，让顾客多说，善于聆听，发现问题，说话提问时多用反问，多用二择一式问题（难道你不觉得中脉很好吗？我是明天9点来拜访您呢，还是10点来？）首次拜访应以生活等

话题为主；二次拜访话题为健康，辅以产品；三次家访就可以谈产品功效。(首次送《百问百答》，二次送《产品知识手册》、三次送函)每次拜访话题上要在高峰时（对方产生浓厚兴趣时）停止（做好下次拜访的由头），拜访时间控制在 10—30 分钟为宜。

⑷家访的沟通要针对目的。包括：经济能力、是否有经济决策权、疾病所在、是否具有保健意识、经济来源、社会家庭背景、爱好和特长、经常活动地点和活动方式、喜欢结交人群、对中脉的认识度、通过何种途径了解中脉、了解气子女及家庭情感关系，顾客以前或现在的职务、了解顾客的特殊节日（生日、结婚纪念日等)、了解是否用过中脉产品，效果怎样。

⑸起座后要对自己进行整理，同时不要忘记整理顾客的沙发及遗留物品。出门是要请人留步，要有祝福语。约好下次拜访时间，注意要说“下次再聊”，不说“下次联系”（商业气息太浓)。

⑥一访干脆走，二访拉扯走，三访亲热走，四访赖着不走。

3、访后应注重的细节

⑴总结家访情况，填写家访表。

⑵进一步分析顾客类型。

⑶1—2 天内做好回访。

⑷做好下次家访准备工作。

细节的工作要贯穿整个家访的过程，注意各种礼节，及时把握顾客心理，祝您家访成功!

二、家访的形式多种多样，针对不同类型的顾客可用不同类型的家访：

1、个人家访：个人家访适合与各种类型的顾客，相对而言对女士更加适合，因为女士相对于男士给人感觉缺乏攻击性，所以男士个人家访时更要注重亲和力和信任度的表现，眼神切忌飘忽不定。

2、双人家访：双人家访一般为两位女士或一位男士和一位女士共同家访，优势是在家访的过程中可以互为补充，异性结合的家访得对象较适合为夫妻顾客，以防因为异性交谈时间过长而导致老伴吃醋。

3、老顾客陪访：老顾客陪访的对象一般是老顾客介绍的新顾客，有利于双方信任度的建立及话题的拓展，同时也有利于加强新顾客对产品功效的信任度。但其中的缺陷是老顾客会存在心理顾忌，害怕以后产品使用效果不佳时对方抱怨自己。所以，如果老顾客表示不方便陪访时，不要过分勉强，如老顾客不陪访而新顾客又不让上门，可让老顾客单独拜访。

4、领导陪访：主管、经理陪同员工拜访顾客，让顾客有一种被重视的感觉。但要注意分寸，不能摆领导架子，缺乏对顾客的尊重。

5、大人物陪访：让在当地有影响力的人士陪同自己拜访，有利于新顾客对产品的信任度，同时，对于感性型、求同型、追求型的顾客都有很好的效果。

6、专家陪访：专家的陪访一方面可以提升拜访的档次；另一方面也可以完全排除家访过程中出现的产品及病理类问题，加强顾客的信任度。家访对象多为重点顾客且以拜访过并留下二次家访邀请专家亲自诊断的话把，忌讳首次家访让专家陪访。

销售五步流程之

三、邀　约

邀约是销售五步流程中的中间环节，起到承上启下的作用，既是对前面工作成功的肯定，又起到为联谊会预热的作用，邀约成功了，相当于成功了 60%。

（一）邀约的方式：

1、电话邀约：电话邀约的细节标准参考**家访中电话细节**一节。

2、送函邀约：送函邀约的细节标准参考家访细节标准一节。

（二）邀约顾客到联谊会的由头：

邀约的理由是否合适直接关系到邀约的成败及顾客的参会心理。好的理由要达到两个目的：1、让顾客感到被重视，准时到会；2、让顾客重视联谊会。

1、三次以上家访的顾客：

①理由是顾客最需要的是健康；

②孤寡老人找朋友或找老伴，公司提供一个老年人交流的平台；

③儿女不在身边的，给他子女绕膝的感觉；

④满足其爱好，让其去献艺；

⑤主题扩大效应，如免检了、获奖了；

⑥包装专家；

⑦确定地点在大酒店，告诉其为贵宾，告知集合时间、地点；

⑧告知其有午饭，并说明几点到家，解除后顾之忧；

⑨换检查名称，将微循环检查换称全身血流检测。

2、参过会但没有购买的顾客：

①今天不让买东西，只是了解产品

②不相信产品，可以拒绝产品和我，但请不要拒绝健康

③告诉其是产品展销会

④给其贵宾待遇，打的接

⑤告之赠送力度加大

3、用过小件，效果不好，不让上门的顾客：

①首先道歉，让他来问专家。(阿姨/叔叔，首先，我代表公司对您表示歉意，我们其它的叔叔阿姨用了之后效果都很好，这样吧，明天正好是某某专家报告会，你来问问她吧!）

②让老客户与其沟通

4、老顾客带的，不让进门的顾客：需要与老顾客沟通好，务必要把人带到。(阿姨/叔叔，我能有今天这碗饭吃，多亏了您的帮忙，如果没有您帮忙，我都不知道该怎么办。您渴望健康，相信科技，使用高科技产品为您带来了健康。还有不少人也同样渴望健康，但由于不了解我们的产品，依然承受病痛的折磨。你明天来参会带着某某阿姨/叔叔吧，让她也来聆听健康。)

㈡邀约中的应注意的细节：

1、到顾客家里邀约的细节标准参考**家访**一节。

2、电话邀约的细节标准参考**家访中电话细节**一节。

3、炒作联谊会机会有限。(阿姨/叔叔，这次联谊会有1000多人报名，可席位只有500多个，我给您和阿姨/叔叔争取到了两个座位，明早某某地方几点钟您一定要到。)

4、打电话的身份可以自己或维权部的名义打。(你好，请问您是某某某吗，我们定于某某时间在某某地点有一场老年人冬季健康报告会，您的服务专员小张给您深情到了两张票，您如果能来的话，我们九通知小张给您把票送过去。)

5、邀约中针对不同类型的顾客，邀请的话题也各有侧重：1、A类顾客话题倾向于联谊会对产品的讲解，因为A类顾客思想核心是产品质量；2、B类顾客话题倾向于

四、攻 单

单攻单分场内功单和场外攻单。

一、场内攻单

指顾客在进入联谊会现场之后，对顾客提供的所有服务及引导。影响和带动顾客了解产品、认识产品、信赖产品、向往使用产品，从而产生购买，签订协议的一系列的方法和技巧。重在注意以下环节：

1、入场环节：在联谊会的大门口安排迎宾 2—4 人，身披绶带（醒目），便于老年人寻找。如发现老年人持公司贵宾卡的，迎宾人员可直接上前问候："阿姨/叔叔好，欢迎光临，会议室在 12 楼，请乘电梯上去。"引至电梯处。如发现老年人神态似寻找的，迎宾人员应主动上前询问："你好，阿姨/叔叔，请问你们是来参加中脉远红联谊会的吗？"

在会场入口处两边，员工列队鼓掌，欢迎顾客入场。所有员工一律按会务要求统一工装，佩戴胸卡，谁的顾客到了，谁可出列引至登记处，交邀请函，领抽奖券，分配座位。年龄较大或身体不好的要搀扶到座位上。

2、接待环节：

对顾客嘘寒问暖，热情问候，端茶倒水，用我们的细心和真诚的服务赢得顾客的好感，让顾客有贵宾的感觉。

3、座位安排：应在会议前一天降座位安排好。

①按新顾客的健康情况、性格类型、社会地位、消费能力，安排与之相近的老顾客交叉落座，便于寻找共同话题，进行有效沟通。

②注意：新顾客夫妇一定要坐在一起，有利于协商和统一。当沟通进入关键时期时，若一方固执，可分开坐，各个击破。

③老顾客夫妇的座位安排。因为老顾客都是经过长期的感情培养，对公司有相当的忠诚度，可分开坐，也不会产生误解。分开坐的另一好处是能一人沟通一家。遇到难攻的顾客可让老顾客轮流攻。

④忌讳将不同类型的顾客分配坐到一起，没有共同语言，反差太大，逆反心理增加，不利于沟通。

4、沟通环节：

联谊会分四个沟通时段：

第一阶段：入场—节目开始；　　**第二阶段**：节目进行中；

第三阶段：节目后—饭前；　　**第四阶段**：饭后—结束

除会议进行中是集体沟通时段，其余三个环节都是个人沟通时段。

（1）第一时段的沟通：通常是培养感情，为攻单打下良好的基础。谈话的内容可延续家访的话题继续谈论，也可谈谈天气变化、身体的情况、会场的盛况、中脉发展史、产品荣誉榜、老用户的使用效果、本次联谊会的赠送力度、会议主题（健康）的宣扬、微循环检测、专家咨询、产品样展等。

本环节中应该达到的目的，发现顾客需求，将需求归类，整理出最主要的需求，对其需求不断刺激，进而满足其需求，从而达成交易。

十二种顾客类型及应对措施

主观型：以自我为中心，自以为是，性格内向，多见于专业人士、高干、教授等人士。应对措施：可让知名度高，社会影响力大的顾客协助。员工应以讨教的口气虚心求教。

感性型：这种人跟着感觉走，受外界环境气氛影响大，容易产生冲动购

买。应对措施：利用好会场气氛、老顾客分享、专家讲座、促销力度等，即可促成。

完美型：此类人较敏感，注重细节，任何小事情都很在意，喜欢挑毛病，一不小心就会改变主意。应对措施：从细节服务入手，将最不起眼的环节、资料都要详加说明，最后无可挑剔时，就进入了死胡同，乖乖签单。

求同型：不愿率先使用，害怕成为试验品，追随别人，必需经人介绍才敢使用。应对措施：发挥老顾客现身说法的效果。

求异型：很具个性特征，追求与众不同。如身边的人都使用某某品牌的保健品时，他非要选用另外一个品牌，显示出自己的独特个性。所以应在同行的客户中加以宣传引导，满足客户需求。

追求型：性格张扬，经济能力比较好，好攀比。应对措施：将攀比对象高知清楚，即达目的。

逃避型：这种人恐惧害怕，不敢面对现实。常见于丧偶者、问题家庭者。应对措施：只要员工提供真诚的帮助，大包大揽，让顾客产生信赖感即可。

成本型：爱占小便宜，斤斤计较。有时一双五指袜就能搞定一套睡眠系统。

品质型：注重产品的科技含量、品质性能、认证奖项，常见于品牌爱好者，突出品牌效应即可。

问题型：最爱提问题，相关不相关的都问，常犯的毛病是打断谈话，转移话题，难以驾驭他的思想。应对措施：用提问的方式谈话，让他多开口讲自己的观点，当连续问完六个问题后，他的问题统统不攻自破，第七个问题是你设的圈套，她也会跳进去，即六加一法则。

怀疑型：什么都不信，怀疑一切，开口就是拒绝，兜头泼冷水。只要员工耐着性子，不信也讲，拒绝也说，全当练靶子。抱定一个信念：你可以拒绝我，拒绝产品，但你不会拒绝健康。感动顾客，达成交易。

借口型：“今天老伴美来！”“孩子当家！”“存折步到期！”“才买了房子！”。。。。。。他们会找出一堆的理由证明自己不能购买。应对措施：员工应具备应急能力，灵活多变，堵住退路。如立即打电话给老伴、现场协商，请子女一起来、存折有利息，受损的身体也会增加利息，加重病情，积劳成疾等等。

顽固型：这时候，员工不要急，需找出拒绝的原因，分析对策。如：参加过多家同类保健品公司的会议，之所以没有形成购买，是顾客对价格、质量、配送反复对比。就抓住这一点，建议顾客：今天八产品拿回去，再把同类产品也定一套，直接对比，进行挑选。在任何一家公司的会议上都只能看一家的，无法统其他同类产品在一起对比。中脉的产品质量在目前同行业是第一，最喜欢别人做对比。只要顾客拿走了产品，我们就成功了一大半。因为顾客在订货前和订货后的想法是截然不同的。订货前一直在想：“我今天到底要不要？”订货后则想：“我到哪儿筹备钱？”顾客定了产品后，员工要把售后服务工作跟紧，假戏也要真做。如果顾客提出退货，也不要急，放长线钓大鱼，一环套一环。

（5）在沟通中，员工要善于观察顾客，有的顾客来之前家访时，他是顽固型的，经会场气氛带动，老顾客交流，已转变为成本型、品质型顾客等等，就应变换应对措施。也有顾客几种性格类型并存。如求同型、借口型和主观型并存，就要逐个击破。问题解决后，捕捉成交信息，促成交易。

（6）如何捕捉成交信息：顾客的问题得到满意的解答时会点头赞同或不再提问时，就应该询问喜欢哪一套？家里的床是多大的？若被顾客拉开话茬，可再捕捉一次，重复六次之后，第七次一定会成交，这就是六加一成交法。第一沟通时段开单的顾客，往往是家访工作扎实的结果。开单越多，销售气氛越好，犹豫不定的人开单的可能性越大。所以，第一时段的定货量是一场会议成败的关键所在。
（7）第二时段的沟通，即节目中的沟通，属群体问题，是由主持人带动会议，提供企业介绍、产品荣誉、娱乐节目等，大多数会议中都有顾客参与活动，要提醒和鼓动顾客参加，对中老年人的身心健康都有帮助。输赢事小，重在参与。会议的专家讲座往往是节目的核心部分，是集保健、医疗、产品功效于一体的综合讲座，蕴涵很多养生知识，吸引中老年人参会。讲座中，员工要观察顾客的表现，如认真听讲，说明他对保健及产品易接受；如果边听边说话，说明心不在焉，应打断谈话，提醒他认真听。若发现打瞌睡，一定是不感兴趣，要悄悄叫醒他，让他听完再睡。
本时间的沟通重在配合，主持人造势要轰轰烈烈，娱乐节目要热热闹闹，讲座要引人入胜，采访顾客要真实感人，员工带动要规范整齐。借力使力不费力，用气氛感染顾客。
第三时段的沟通，是销售型沟通，通过讲座已揭开销售的面纱，不用遮遮掩掩，可直奔主题，提出成交。话术：“阿姨/叔叔，刚才讲座都听明白了吧？用过的人效果都不错，您准备用哪一套？”如有反对意见出现，可一一应对。
常见的反对意见及

附录 7

求 职 登 记 表

填表时间：　　　　　　年　　　月　　　日　　　　　　　　　　　　编号：

<table>
<tr><td>姓　　名</td><td></td><td>性　　别</td><td></td><td>出生年月</td><td></td><td rowspan="4">照片贴处</td></tr>
<tr><td>民　　族</td><td></td><td>籍　　贯</td><td></td><td>婚　　否</td><td></td></tr>
<tr><td>最高学历</td><td></td><td>专　　业</td><td></td><td>毕业时间</td><td></td></tr>
<tr><td>毕业院校</td><td></td><td>专业职称</td><td></td><td>政治面貌</td><td></td></tr>
<tr><td>身份证号码</td><td colspan="3"></td><td colspan="2">身份证到期时间</td><td></td></tr>
<tr><td>家庭住址</td><td colspan="4"></td><td>邮　　编</td><td></td></tr>
<tr><td>户口所在地</td><td colspan="4"></td><td>档案处所</td><td></td></tr>
<tr><td>现工作单位</td><td colspan="4"></td><td>单位性质</td><td></td></tr>
<tr><td>单位电话</td><td colspan="3"></td><td>电子邮箱</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>家庭电话</td><td colspan="3"></td><td>移动电话</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>应聘岗位</td><td></td><td>月 薪 要</td><td></td><td>能否服从公司安</td><td colspan="2"></td></tr>
</table>

		求		排	

工　作　经　历						
起止年月	工　作　单　位	担任职务	离职原因	月薪	核查人	核查电话

工　作　成　果　及　获　奖　情　况		
起止年月	项　目	获　奖　情　况

教　育　经　历（高中起）				
起止年月	学　习　院　校	专　业	担任职务	学　位

职　业（专业）　培　训　经　历			
起止年月	培　训　单　位	受　训　行　业	职业认证

家 庭 成 员 及 主 要 社 会 关 系					
姓 名	称 谓	出生年月	工作单位（务农）	职 务	联系电话
自 我 评 价					
兴 趣 爱 好 及 个 人 特 长					
职 业 生 涯 规 划					

* 人力资源部资料，请勿外带。
* 请应聘者将此表填写工整详细。
* 以上内容必须如实填写，如有虚假情况，将受到解雇处分。

求职者签名：

附录 8

聘用（试用）协议

甲方：

乙方：

乙方_______同志自愿应聘甲方，甲方自______年_____月_____日起至______年_____月日止聘用乙方，聘用期为______个月。（其中，试用期_____个月，自______年____月_____日起，至_______年_____月_____日止。）

一、甲方应承担的义务：

1、工资：甲方所聘用人员实行基本工资+销售提成，具体标准按甲方有关文件规定执行。

2、社会保障：被聘用人员试用期满并转正后，甲方为乙方办理人身意外伤害保险，具体办法按甲方有关文件规定执行。

3、聘用期：自试用期满后，根据乙方工作业绩和甲方工作需要，每年续订一次聘用合同。

二、甲方具有的权利：

1、甲方有权对乙方在聘用期间内工作作出评价。如发现乙方严重违反公司有关管理制度和规定，严重损害甲方利益，甲方有权立即对乙方进行停职审查或解聘、开除等处理。经济问题不清者，甲方有权追究其法律责任，上报或移交国家司法部门处理。

2、在聘用（试用）期内，甲方有权根据工作需要，调动、调整乙方的工作职务和岗位，乙方无正当理由不得拒绝，并按公司规定做好一切离岗、换岗、离任的交接手续。试用期间乙方被证明不符合录用条件的，甲方可解聘乙方。

3、被解聘人员、自动辞职人员，离岗前必须结清个人与甲方的业务和财物。自动辞职人员应出具辞呈，经批准后，方可办理有关手续。

4、乙方自签约之日起，向甲方提供经济担保证明，并将个人档案原件交甲方档案室保管（以签约为据），离岗者办完有关手续后，甲方保证及时退还。

三、乙方的权利和义务：

1、对甲方工作有建议权并有越级反映各种真实情况的权利。

2、尽一切努力做好甲方交办的各项任务，认真负责地维护和保障甲方的整体利益。

3、对甲方授权经营和管理的商品以及货款、经费和固定资产、低值易耗品的完整和安全承担经济和法律的全部责任。

4、严格遵守甲方的各项规章制度。

5、保守甲方的商业秘密。如有违约，乙方愿意承担由此而造成的一切损失。

四、本协议一式两份，甲乙双方各执一份，具有同等效力。经甲乙双方签字盖章后生效。

甲　方：（盖章）　　　　　　　　　　乙方签字：

代表人：（签字）

日期：　　　　　　　　　　　　　　　日期：

附录 9　xx 有限公司

经济担保书

__________ 同志已于______年_______月______日被 xx 有限公司聘用。本人愿意做同志的经济担保人，该同志在被聘用期间如有①贪污盗窃、挪用公款、人为的给单位造成经济损失、拖欠聘用单位财物;②泄露公司商业机密；③离开公司不能及时交接、交清工作等行为，本担保人愿意承担全部经济赔偿责任。

经济担保人（签字）：

经济担保人身份证号码：

担保人工作单位（盖章）：

担保人常住地址：

担保人与被担保人关系：

担保人联系电话：

年　　　月　　　日

（附担保人身份证复印件）

附录10　试用期员工考核表

姓　　名 ：___________　　　　　　　　部门：_______________

岗位名称：___________　　　　　　　　入司时间：___________

考核事项	评价要点	评价尺度				
		优 10-8分	良 8-6分	中 6-4分	一般 4-2分	差 2-0分
工作态度	A.严格遵守公司各项规章制度,有效利用工作时间,无迟到、早退现象，工作期间不做与工作无关的事					
	B.对待工作持积极态度,忠于职守,有良好的职业心态					
	C.能较好地协助上级,配合同事,具有团队精神					
受命准备	A.正确理解工作内容和要求					
	B.及时、主动与同事取得联系，使工作顺利进行					
	C.能处理工作中的失败与临时追加的任务					
业务活动	A.能较快适应新工作,迅速开展业务					
	B.不打乱工作秩序,不妨碍他人工作					
	C.工作方法合理,能提合理化建议					
工作效率	A.工作速度快,不延误工期					
	B.业务处理得当,经常保持良好成绩					
	C.工作中没有半途而废、不了了之和造成后遗症的现象					
成果	A.工作成果达到预期目的或计划要求					
	B.及时总结工作中的得失,汇报准确、真实					
	C.工作熟悉程度和技能提高较快					
通过以上各项评分,该员工的综合得分是:　　　　　　分						
考核者(直接上级)意见: 考核者（直接上级）签名:　　　　日期:　　年　　月　　日						
说	1、请考评者（直接上级）认真填写考评意见，如实反映员工的真实情况;					
	2、分值应用:					

明	A.综合得分低于80分者为不合格,可随时淘汰,上报至人力资源部;
	B.试用期未满离职或不合格者请当地主管及时将此表交至人力资源部;
	C.综合得分低于90分者延迟1个月转正;
	D.综合得分90分以上者请随转正申请表、工作总结一起上交至人力资源部办理转正手续.
	3、该考核表将存入员工考核档案。

xx有限公司

附录11　中脉公司新员工报到通知

______________子公司（办事处）：

因工作需要，__________同志调往你处工作，请接待。

报到时间：　　年　　月　　日前

报到地点：

联 系 人：

联系电话：

姓名	性别	职务	聘用协议起止时间	毕业证书	经济担保	家庭住址/电话

xx有限公司

20xx年　　月　　日

中脉公司新员工报到通知

______________子公司（办事处）：

因工作需要，__________同志调往你处工作，请接待。

报到时间：　　年　　月　　日前

报到地点：

联 系 人：

联系电话：

姓名	性别	职务	聘用协议起止时间	毕业证书	经济担保	家庭住址/电话

xx有限公司

20xx 年　　月　　日

附录12　　xx有限公司

员工转正申请表

填表日期:　　　年　　月　　日

姓名		部 门		岗 位	
性别		民 族		进公司时间	
户口所在地		人事档案在何处			
个人简历					
公司各部门意见	转正后岗位				
	所在部门	负责人签字：			
	人力资源部	负责人签字：			
	总 经 理	总经理签字：			
转正时间					
个人小结(另附详细工作总结)：					

附录 13 xx 有限公司

辞职、辞退审批表

日期： 年 月 日

姓名		部门		职务	

性质	辞职（　　）　　　　辞退（　　）
原 因	
所在部门 意见	负责人签字：
人力 资源部意 见	负责人签字：
办公室意 见	负责人签字：
维权部意 见	负责人签字：
财务部意 见	负责人签字：
总经理审 批 意见	总经理签字：

附录 14　xx 有限公司

调动审批表

姓　名		性别		年　龄		现在部门	
现任职务		调入部门		调后职务			

调动原因	负 责 人 签 字：
调出部门意见	负责人签字：
调入部门意见	负责人签字：
人力资源部意见	负责人签字：
总经理意见	负 责 人 签 字：

详见下面工作表：



附录 19　违纪处罚通知单

受处罚人姓名：

受处罚事由：＿＿＿＿＿＿＿＿

受处罚金额：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

＿＿＿＿＿＿＿＿

xx 有限公司

人力资源部

20xx 年　　月　　日